

การศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจ
เครื่องประดับแหวนเปลี่ยนหัวเสริมโชค “MISSII JEWELRY”



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจ
เครื่องประดับแหวนเปลี่ยนหัวเสริมโชค “MISSII JEWELRY”

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 24 เมษายน พ.ศ. 2557

นางสาวไพลิน จวีวรรณภักดี

ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

พันธัณท์ เสวตภาณุวงศ์,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ชเนศ สำเร็จเวทย์,

M.B.A

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องการศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจเครื่องประดับแหวนเปลี่ยนหัวเสริมโชค “MISSII JEWELRY” ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาข้อมูลและโอกาสความเป็นไปได้ในธุรกิจเครื่องประดับในรูปแบบที่แตกต่างจากเครื่องประดับทั่วไป เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในธุรกิจเครื่องประดับและสามารถนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดี ซึ่งสามารถประสบความสำเร็จได้ในอนาคต

ทางคณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงแก่อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานกรรมการ และคณะกรรมการที่ปรึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนพล วิชาสา อาจารย์กฤษกร สุขเวชวรกิจ อาจารย์ศรัยยุทธ พรหมศิริ และอาจารย์ธนศ ลำเรียงเวทย์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาจนทำให้รายงานศึกษาอิสระฉบับนี้เกิดขึ้นมาได้ ขอขอบพระคุณอาจารย์สนธยา ปั่นสุภา เจ้าของโรงเรียนสอนออกแบบเครื่องประดับ Group 10 ที่กรุณาให้คำปรึกษาด้านการออกแบบเครื่องประดับ และขอขอบพระคุณ คุณกิตติยา บุญจอม ที่กรุณาให้คำปรึกษาและคำแนะนำทางด้านการตลาด ขอขอบคุณทีมช่างฝ่ายผลิตของโรงหล่อวัวร์ที่ให้คำปรึกษาทางด้านการผลิต

สุดท้ายนี้คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณสมาชิกในครอบครัวที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญตลอดมา ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ ในสาขาวิชาผู้ประกอบการและนวัตกรรมทุกท่านที่สละเวลาแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลอันมีประโยชน์เพื่อใช้ในการทำสารนิพนธ์ ตลอดจนคณาจารย์ทุกท่านสำหรับความรู้และคำปรึกษา ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลที่ให้ความสะดวกในการทำสารนิพนธ์ ขอขอบคุณวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลที่เอื้อเฟื้ออุปกรณ์และสถานที่ในการทำสารนิพนธ์ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ไพลิน จวีวรรณภักดี

บทสรุปผู้บริหาร

อุตสาหกรรมเครื่องประดับ เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าตลาดสูง จึงเหมาะแก่การเข้าสู่ตลาด โดยเฉพาะเครื่องประดับแฟชั่น (Fashion Jewelry) เป็นตลาดเครื่องประดับที่มีขนาดใหญ่ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าในตลาดนี้มีจำนวนมาก และนิยมซื้อเครื่องประดับที่เน้นการดีไซน์ที่แตกต่างเป็นหลัก ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยชอบความแตกต่างและหันมาบริโภคเครื่องประดับกลุ่มแฟชั่นมากยิ่งขึ้น ลูกค้ามีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องประดับเพื่อความสบายใจมากขึ้น เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ในปัจจุบันให้ความสนใจในด้านความเชื่อทางโหราศาสตร์เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะความเชื่อเรื่อง “สี” ได้ถูกจัดอันดับให้อยู่ในอันดับที่ 2 ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในด้านของศาสตร์ความเชื่อ โชคลาง ซึ่งจะถูกดึงมาใช้เป็นแนวความคิดของแบรนด์ MISSII JEWELRY ในการเชื่อมโยงกับการออกแบบและการทำการตลาด

MISSII JEWELRY จึงเป็นธุรกิจเพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับสินค้าเครื่องประดับเงินแท้ (925) ประดับด้วยอัญมณีแท้ หรือ อัญมณีเทียม เช่น CZ โดยผ่านการนำความเชื่อเรื่องสี มาเป็นจุดเด่น เพื่อจัดจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง ผ่านหน้าร้านและช่องทางออนไลน์ โดยในส่วนของผลิตจะใช้โอกาสจากฐานธุรกิจเดิมของครอบครัว คือ บริษัท เอวี่อี จิวเวลรี่ จำกัด ที่เปิดดำเนินการผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีมาเป็นระยะเวลากว่า 7 ปี ซึ่งมีทีมช่างผู้ผลิตที่มีฝีมือและความเชี่ยวชาญในการผลิตกว่า 20 ปี ทำให้ลูกค้าสามารถมั่นใจว่าจะได้รับชิ้นงานที่มีความละเอียดอ่อน มีคุณภาพ ตรงตามมาตรฐาน

MISSII JEWELRY ได้วางกลยุทธ์การตลาดให้เป็นแบรนด์สินค้าเครื่องประดับเงินแฟชั่นที่ถูกรู้จักและได้รับการยอมรับในคุณภาพจากลูกค้าภายในประเทศ โดยเน้นความแตกต่าง แต่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้น MISSII JEWELRY จึงนำนวัตกรรมรูปแบบแหวนเปลี่ยนหัวมาประยุกต์เข้ากับความเชื่อเรื่องพลอยสี โดยการดีไซน์ที่ใช้รูปแบบของดอกไม้ เพื่อเป็นตัวแทนของผู้หญิงที่แตกต่างกันในแต่ละมุมมองและความชอบ สามารถตอบโจทย์ในเรื่องของการเสริมโชคชะตาเกิดความสุขใจเมื่อสวมใส่เครื่องประดับ ซึ่งในตลาดเครื่องประดับนั้นพบว่าคู่แข่งในตลาดยังไม่มีการออกแบบและนำเสนอด้วยรูปแบบดังกล่าว ดังนั้นหาก MISSII JEWELRY สามารถเข้ามาสร้างการจดจำ

บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

หรือการรับรู้กับผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าของบริษัท (Brand awareness) โดยมีการทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาให้ตราสินค้าเป็นที่รับรู้และจดจำตลอดเวลา และสามารถอยู่ในใจของผู้บริโภคได้ก่อน ก็จะทำให้เป็นโอกาสของธุรกิจที่จะสามารถเป็นผู้นำในตลาด และสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจได้ไม่ยาก



สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ	1
1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ	1
1.1.1 ธุรกิจเดิมของครอบครัว	1
1.1.2 มูลค่าตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ	1
1.1.3 พฤติกรรมผู้บริโภค	4
บทที่ 2 สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ	5
2.1 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน-ภายนอก (SWOT ANALYSIS)	5
2.1.1 จุดแข็ง (Strengths)	5
2.1.2 จุดอ่อน (Weaknesses)	5
2.1.3 โอกาส (Opportunities)	6
2.1.4 อุปสรรค (Threats)	6
2.2 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจจากการวิเคราะห์ตลาดเครื่องประดับ	6
2.3 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจจากการวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจในการบริโภคสินค้าและบริการ	10

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน	16
3.1 วิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis)	16
3.1.1 ภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry within the industry)	16
3.1.2 ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants)	16
3.1.3 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)	17
3.1.4 อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Bargaining Power of Suppliers)	17
3.1.5 อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyers)	17
3.2 วิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม	18
3.3 วิเคราะห์คู่แข่ง	19
บทที่ 4 แนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ	23
4.1 ภาพรวมของบริษัท	23
4.2 รูปแบบธุรกิจ	24
4.3 กระบวนการผลิต	25
4.4 รายละเอียดธุรกิจ	28
4.5 คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าและบริการ	30
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ	31
5.1 บทสรุปธุรกิจ	31
5.2 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ	32
บรรณานุกรม	33
ภาคผนวก	34
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	35

สารบัญ (ต่อ)

ภาคผนวก ข ผลแบบสอบถาม	42
ประวัติผู้วิจัย	48



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	แสดงตลาดระดับบน ระดับกลาง และระดับล่างของเครื่องประดับแฟชั่น
2	แสดงการเลือกสีตามหลักโหราศาสตร์ในชีวิตประจำวัน
3	แสดงคู่แข่งแบ่งตามจำแนกตามประเภทของสินค้า
4	แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งเครื่องประดับ

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงมูลค่าตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของไทย	2
2	แสดงมูลค่าการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย	3
3	แสดงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย	3
4	แสดงมูลค่าการนำเข้าเครื่องประดับเงินของไทย ปี 2554-2556	8
5	แสดงมูลค่าการนำเข้าพลอยสีของไทย ปี 2553-2557	9
6	แสดงมูลค่าการนำเข้าอัญมณีสังเคราะห์ของไทย ปี 2553-2557	9
8	แสดงตราสินค้าของ MISSII JEWELRY	24
9	แสดงกระบวนการทางธุรกิจของเครื่องประดับแบรนด์ MISSII JEWELRY	25
10	แสดงกระบวนการผลิต	27



บทที่ 1

ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ

1.1.1 ธุรกิจเดิมของครอบครัว

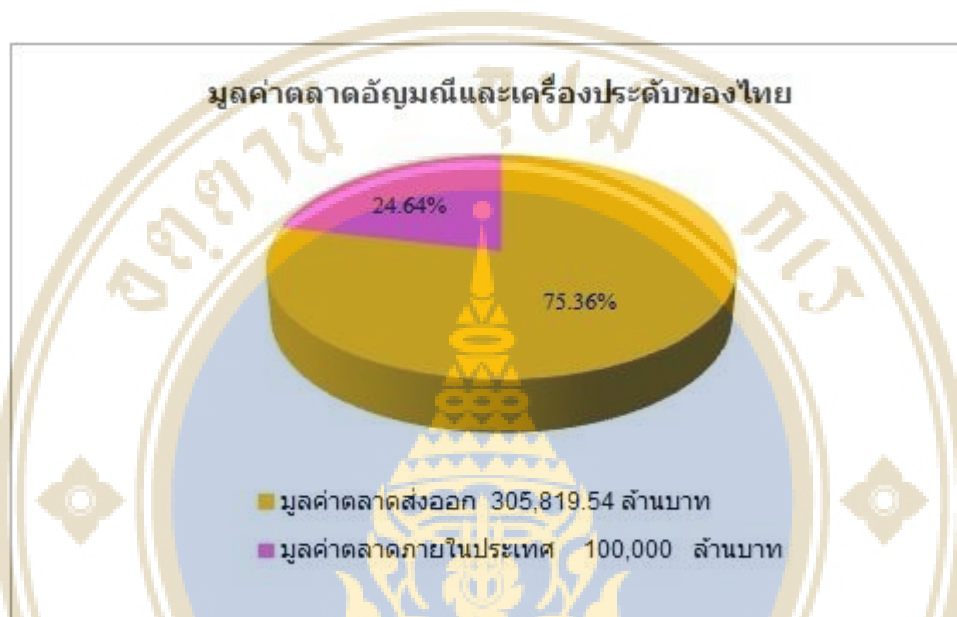
บริษัท เอวี่อ จิวเวลรี่ จำกัด เปิดดำเนินการผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี มาแล้วเป็นระยะเวลากว่า 7 ปี โดยมีสัดส่วนจำหน่ายในประเทศ ร้อยละ 70 และตลาดต่างประเทศร้อยละ 30 ในส่วนของการผลิตจะใช้โรงหล่อวีอาร์ ซึ่งมีทีมช่างผู้ผลิตที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตกว่า 20 ปี แต่เดิมจะรับผลิตแต่เพียงเครื่องประดับแท้ที่เป็นตัวเรือนทองและเงิน ประดับด้วยพลอยสีแท้ ต่อมาด้วยภาวะเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมที่ผันผวน ทำให้บริษัทต้องมีการปรับในส่วนของการผลิต โดยเพิ่มในส่วนของโลหะอื่นที่มีราคาถูกกว่า ทองหรือเงิน เช่น ทองเหลืองบรอนซ์ ซิลเวอร์พลาส เป็นต้น และเริ่มมีการนำพลอยเทียม หรือ CZ มาประดับเพิ่ม เพื่อให้รองรับกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไป ซึ่งผู้บริโภคในปัจจุบันนิยมเครื่องประดับแฟชั่นมากขึ้น เนื่องจากมีความสวยงามเทียบเท่าพลอยแท้แต่ราคาถูกกว่า จึงผันตัวจากเดิมที่รับผลิตเฉพาะเครื่องประดับแท้ มาเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับแท้และเทียมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น แหวน ต่างหู สร้อยคอ สร้อยข้อมือ กำไล และอื่นๆ โดยใช้ทอง และเงิน เป็นวัตถุดิบหลัก จากโอกาสทางธุรกิจเดิมนี้จึงเป็นสาเหตุทำให้เกิดธุรกิจใหม่ต่อไป

1.1.2 มูลค่าตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยส่วนใหญ่ เป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อการส่งออก โดยมีการส่งออกประมาณร้อยละ 80 ของมูลค่าการผลิตทั้งหมด ในขณะที่การบริโภคภายในประเทศมีสัดส่วนเพียงประมาณร้อยละ 20 ของมูลค่าการผลิตทั้งหมด ซึ่งมูลค่าตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในปี 2556 มีมูลค่า 405,819.54 ล้านบาท แบ่งเป็นมูลค่าตลาดส่งออก 305,819.54 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75.36 และมูลค่าตลาดภายในประเทศ 100,000 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.64³ ดังแสดงในภาพที่ 1 ทั้งนี้เป็นเพราะอัญมณีและเครื่องประดับจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย มีราคาค่อนข้างสูง

และการซื้อขายนั้นขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคภายในประเทศส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีรายได้ระดับปานกลางขึ้นไป รวมถึงกลุ่ม

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอำนาจการซื้อสูง

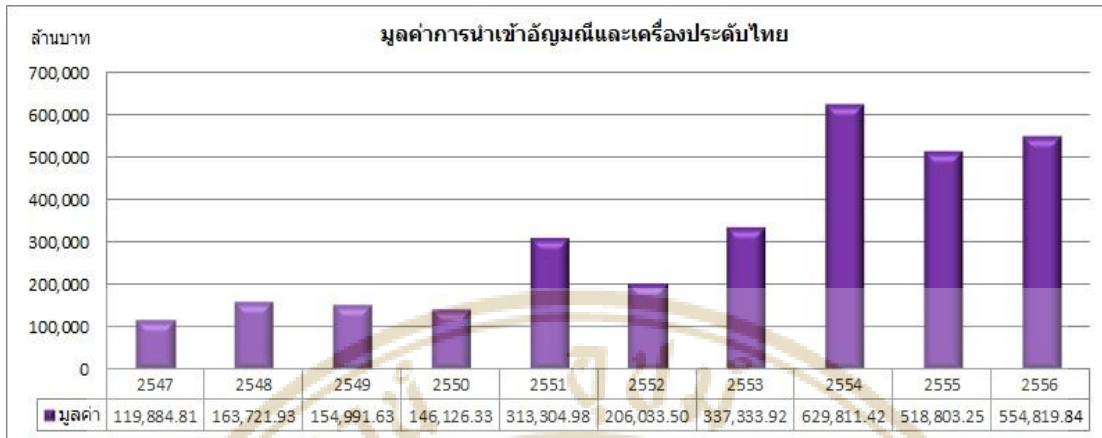


ภาพที่ 1 แสดงมูลค่าตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ถึงแม้จะเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย แต่จากมูลค่าการนำเข้าและส่งออกที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจากมูลค่าการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยตั้งแต่ปี 2547 จนถึงปี 2556 พบว่ามีมูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 119,884.81 ล้านบาทในปี 2547 เพิ่มขึ้นเป็น 554,819.84 ล้านบาทในปี 2556³ ดังแสดงในภาพที่ 2 และมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยพบว่ามีมูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 106,275.56 ล้านบาทในปี 2547 เพิ่มขึ้นเป็น 305,819.54 ล้านบาทในปี 2556⁴ ดังแสดงในภาพที่ 3

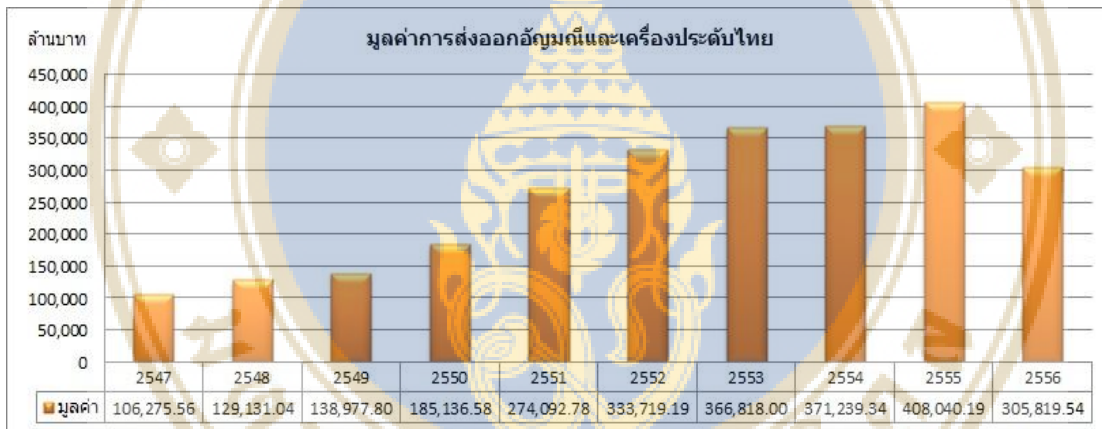
³ สถาบันวิจัยและพัฒนาเครื่องประดับอัญมณีแห่งชาติ

⁴ สถาบันวิจัยและพัฒนาเครื่องประดับอัญมณีแห่งชาติ



ที่มา: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ภาพที่ 2 แสดงมูลค่าการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย



ที่มา: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ภาพที่ 3 แสดงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย

ซึ่งจากมูลค่าการนำเข้าและมูลค่าการส่งออกทำให้มูลค่าตลาดอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีมูลค่าสูงขึ้น จึงเป็นอุตสาหกรรมที่น่าสนใจไปประกอบธุรกิจอีกทั้งธุรกิจเดิมของครอบครัวอยู่ในอุตสาหกรรมนี้อยู่แล้ว จึงเป็นโอกาสของบริษัทในการเข้าสู่อุตสาหกรรมนี้ได้ง่ายโดยรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างจากเดิม

1.1.3 พฤติกรรมผู้บริโภค

เนื่องจากแบรนด์เครื่องประดับในปัจจุบันส่วนใหญ่จะมีรูปแบบสินค้าคล้ายกัน แตกต่างกันที่ดีไซน์ ผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาสู่ธุรกิจนี้จะต้องผลิตเครื่องประดับให้แตกต่างจากแบรนด์ที่มีอยู่เดิม อีกทั้งยังต้องผลิตให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค จึงจะสามารถประกอบธุรกิจได้อย่างยั่งยืนและมีกำไรเติบโตต่อเนื่องได้ ซึ่งปัจจุบันพฤติกรรมของกลุ่มผู้หญิงไทยวัยทำงานที่ใช้ชีวิตในเมืองนั้นเปลี่ยนไป คือ จี๋เบ๊อ ไม่ชอบอะไรซ้ำๆ และชอบเปลี่ยนเครื่องประดับบ่อย ฯลฯ

จากการมองเห็นโอกาสทั้งสามด้านไม่ว่าจะเป็น การใช้จุดแข็งจากธุรกิจเดิมโดยจะว่าจ้างให้มาเป็นพันธมิตรในเรื่องของการผลิตเครื่องประดับ จากการมองเห็นโอกาสจากตลาดเครื่องประดับที่มีการเติบโตและมีมูลค่าสูงเหมาะแก่การเข้ามาลงทุน และพฤติกรรมของผู้บริโภคของผู้หญิงวัยทำงานในปัจจุบันที่เปลี่ยนไป จึงเป็นสาเหตุให้เกิดธุรกิจใหม่โดยใช้โอกาสจากฐานธุรกิจเดิมในการผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับภายใต้แบรนด์ “MISSII JEWELRY” โดยมุ่งเน้นการผลิตและจำหน่ายสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความแตกต่างจากแบรนด์เครื่องประดับที่มีอยู่เดิม ซึ่งใช้รูปแบบของแหวนให้สามารถถอดหัวเปลี่ยนได้ตามสไตล์การแต่งตัวของผู้บริโภคในแต่ละวันด้วยแหวนวงเดียว ซึ่งสามารถตอบโจทย์สาวจี๋เบ๊อ ไม่ชอบอะไรซ้ำๆ นอกจากนี้ MISSII JEWELRY ยังนำความเชื่อเรื่องพลอยสีเข้ามาประยุกต์ใช้กับเครื่องประดับ เนื่องจากความเชื่อเป็นสิ่งที่ทุกคนมีอยู่แล้ว และเปลี่ยนแปลงได้ยาก หากนำความเชื่อมาเชื่อมโยงกับเครื่องประดับก็จะดึงดูดให้คนสนใจมากยิ่งขึ้น โดยจากเดิมที่มีโรงงานผลิตเป็นของตัวเอง อีกทั้งยังมีสต็อกพลอยแท้ของทางโรงงานเป็นจำนวนมาก หลากหลายสีและชนิดที่ไม่ได้ใช้ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับเครื่องประดับได้ จึงเป็นการควบคุมต้นทุนให้ต่ำ และสามารถสร้างกำไรให้สูงขึ้นได้

บทที่ 2

สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ

2.1 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน-ภายนอก (SWOT ANALYSIS)

2.1.1 จุดแข็ง (Strengths)

- มีแหล่งวัตถุดิบในการทำชิ้นงานเครื่องประดับ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าของปัจจัยการผลิตก่อให้เกิดความได้เปรียบทางด้านต้นทุนของวัตถุดิบ
- รูปแบบเครื่องประดับเน้นดีไซน์ที่แตกต่าง เช่น รูปแบบแหวนเปลี่ยนหัวซึ่งทำให้คู่แข่งเลียนแบบได้ยากเนื่องจากขั้นตอนการผลิตต้องอาศัยช่างฝีมือที่มีทักษะในการขึ้นรูป อีกทั้งเป็นงานที่ต้องอาศัยความละเอียดและเวลาในการผลิต
- นำเรื่องความเชื่อ (สี) มาเชื่อมโยงกับการออกแบบทำให้เกิดความน่าสนใจ
- ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ไม่มุ่งหวังทำกำไรสูงในช่วงแรก แต่เน้นที่การดึงดูดลูกค้า และสร้างการรับรู้ในแบรนด์ให้กับลูกค้า
- ผู้ประกอบการมีความรู้ในเรื่องการออกแบบและผลิตเครื่องประดับ รวมถึงความสัมพันธ์กับโรงงานผู้ผลิตเครื่องประดับที่มีความชำนาญยาวนานกว่า 20 ปี ลูกค้าจึงสามารถเชื่อมั่นได้ว่าจะสามารถได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานตรงตามความต้องการ
- ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ส่งผลให้ลูกค้าสามารถเกิดการรับรู้ในแบรนด์และการเข้าถึงอย่างสะดวก

2.1.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

- เวลาในการสร้างการรับรู้หรือการยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย คือ ลูกค้า ตลอดจนการสร้างแบรนด์อาจต้องใช้เวลา เพื่อแนะนำและสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อเกิดการเรียนรู้ตัวสินค้า จนถึงการสั่งซื้อในที่สุด

- งบประมาณที่จำกัดอาจทำให้ไม่สามารถทำการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดได้อย่างเต็มที่

2.1.3 โอกาส (Opportunities)

- เครื่องประดับเป็นสินค้าที่คนนิยม เห็นได้จากการเติบโตของตลาดเครื่องประดับแฟชั่นในประเทศของตลาดระดับกลาง โดยเครื่องประดับงานเงินที่มีดีไซน์ ราคาที่ไม่สูงนัก สามารถเปลี่ยนแปลงได้บ่อยตามกระแสแฟชั่น ทำให้เกิดการจับจ่ายเลือกซื้อมาไว้ในครอบครอง
- ค่านิยมในเรื่องของพลอยสีและความเชื่อเรื่อง “สี” และการใส่เครื่องประดับมีค่า ทำให้ผู้คนต่างหาเครื่องประดับมาเก็บไว้ครอบครอง โดยเฉพาะผู้หญิงวัยทำงานมักหาซื้อเครื่องประดับชิ้นแรกมาเก็บไว้ครอบครอง

2.1.4 อุปสรรค (Threats)

- การเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่
- ราคาของเงินซึ่งเป็นวัสดุหลักในการผลิตตั้งต้น เกิดการแปรผันตามตลาดโลก แต่การผันผวนในราคาของเงินยังมีแนวโน้มไม่สูงมากเหมือนกับราคาทอง ซึ่งเป็นผลทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น
- ความไม่มั่นคงด้านการเมืองและเศรษฐกิจภายในประเทศ ที่ส่งผลกระทบต่ออำนาจซื้อของลูกค้าที่ลดลง
- ภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศ และต่างประเทศ อาจส่งผลกระทบต่อราคาของวัสดุตั้งต้นในการผลิตเครื่องประดับทั้งหมด

2.2 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจจากการวิเคราะห์ตลาดเครื่องประดับ

เครื่องประดับที่มีการซื้อขายในประเทศ หากแบ่งตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

1. เครื่องประดับมีค่า (Precious Jewelry) : เครื่องประดับประเภทนี้ผลิตมาจากโลหะมีค่า เช่น ทอง เงิน แพลทินัม และพลาเดียม และมีการประดับด้วยอัญมณีแท้ เช่น เพชร ทับทิม ไข่มุก เป็นต้น

2. เครื่องประดับแฟชั่น (Fashion Jewelry) : เครื่องประดับประเภทนี้ครอบคลุมถึงเครื่องประดับเงิน เครื่องประดับที่ใช้กับเครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับที่ใช้ประดับบนศีรษะ วัสดุที่ใช้ในเครื่องประดับประเภทนี้ จะเป็นโลหะที่มีค่าน้อย เช่น เงิน (นิยมใช้เงิน sterling 925) ทองแดง อลูมิเนียม เป็นต้น ส่วนอัญมณีที่ใช้นิยมใช้พลอยเนื้ออ่อน เช่น อัญมณีจากธรรมชาติ

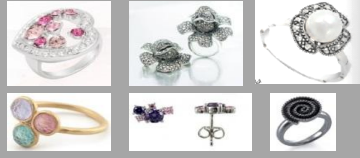
หรืออัญมณีเทียมมีค่า นอกจากนี้ในบางผลิตภัณฑ์นำอัญมณีเทียมมาใช้ในการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่ต้องเน้นรูปแบบของแฟชั่นที่สวยงามเป็นสำคัญ ซึ่งตลาดเครื่องประดับแฟชั่นสามารถแบ่งระดับตลาดได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่ ตลาดระดับบน ระดับกลาง และระดับล่าง ซึ่งตลาดแต่ละระดับจะมีลักษณะของผลิตภัณฑ์ ระดับราคา และพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ดังนี้

2.1 ตลาดระดับบน : เป็นตลาดที่ต้องการสินค้าคุณภาพสูง มีความหรูหรา แปรผันเป็นที่ยึดกันทั่วไป โดยราคาสินค้าที่ซื้อขายในตลาดระดับนี้จะอยู่ที่ระดับราคา 5,000 บาทขึ้นไป สำหรับผู้บริโภคสินค้าในตลาดระดับนี้ส่วนมากเป็นกลุ่มสตรีที่ทำงานแล้ว และมีตำแหน่งงานที่สูง ซึ่งจะมีอายุตั้งแต่ 27 ปีขึ้นไปโดยปกติจะนิยมนำเครื่องประดับมาใช้ในโอกาสสำคัญๆ หรือร่วมงานสังสรรค์ต่างๆ ผู้บริโภคในตลาดระดับนี้มีพฤติกรรมกรบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพสูง สินค้าที่มีลักษณะพิเศษ มีความหรูหรา และมีแบรนด์ที่มีชื่อเสียง โดยผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของแบรนด์อย่างมาก ส่วนดีไซน์ของสินค้าจะมีความหลากหลาย ตั้งแต่รูปแบบเชิงวัฒนธรรมจนถึงรูปแบบที่ทันสมัย

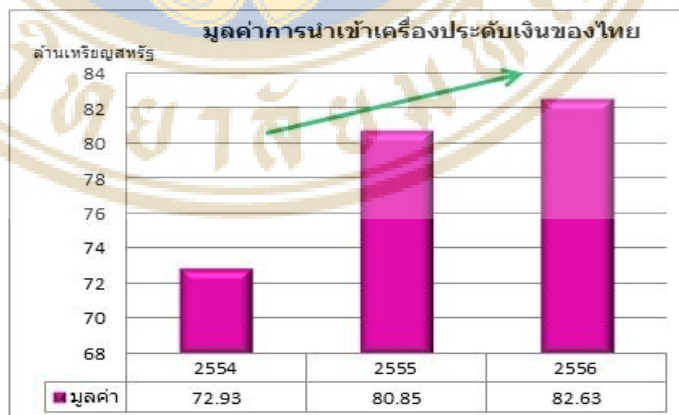
2.2 ตลาดระดับกลาง : เป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด สินค้าที่ผลิตมีคุณภาพสูงกว่าตลาดระดับล่าง เน้นดีไซน์ที่ทันสมัย และแตกต่าง เนื่องจากเป็นตลาดที่มีคู่แข่งมาก ผู้ประกอบการจึงต้องสร้างรูปแบบที่แตกต่างเพื่อสร้างจุดขายให้กับสินค้า โดยราคาสินค้าที่ซื้อขายในตลาดระดับนี้จะอยู่ที่ระดับราคา 350-4,900 บาทต่อชิ้น ผู้บริโภคในกลุ่มนี้มีทั้งผู้หญิงและผู้ชายอายุระหว่าง 22-45 ปี แต่จะเป็นผู้หญิงมากกว่า และเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ทำงานแล้ว โดยผู้บริโภคในตลาดระดับนี้มีพฤติกรรมกรบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพดีระดับหนึ่ง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพมีความทันสมัย ส่วนชื่อเสียงของแบรนด์ก็ยังคงมีอิทธิพลอยู่แต่ไม่มากนัก

2.3 ตลาดระดับล่าง : เป็นตลาดสำหรับสินค้าพวกเครื่องประดับที่มีสีส้มและเครื่องประดับแฟชั่นทันสมัย แต่มีคุณภาพต่ำโดยราคาสินค้าที่ซื้อขายในตลาดระดับนี้จะอยู่ที่ระดับราคา 20-250 บาท กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเด็ก วัยรุ่น และกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคในกลุ่มนี้จะเน้นสินค้าตามกระแสที่มีราคาไม่สูงนัก ชื่อเสียงของแบรนด์ไม่มีอิทธิพลสำหรับสินค้าในตลาดนี้ และผู้บริโภคจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าอยู่เสมอเพื่อให้สอดคล้องกับกระแสนิยม

ตารางที่ 1 แสดงตัวอย่างผลิตภัณฑ์และราคาของเครื่องประดับแฟชั่นแยกตามระดับตลาด

ตลาดระดับบน		5,000 บาทขึ้นไป
ตลาดระดับกลาง		350-4,900 บาท
ตลาดระดับล่าง		20-250 บาท

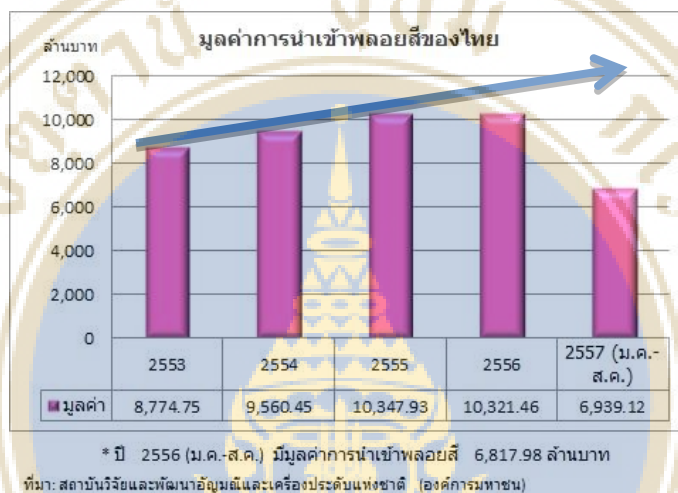
จะเห็นว่าเครื่องประดับแฟชั่นเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ โดยตลาดระดับกลางมีขนาดใหญ่ที่สุด เนื่องจากกลุ่มลูกค้าในตลาดนี้มีจำนวนมาก โดยการจะเพิ่มมูลค่าให้กับเครื่องประดับกลุ่มนี้ ต้องใช้โลหะและอัญมณีที่มีค่า โดยเน้นดีไซน์ที่แตกต่างเป็นหลัก ซึ่งเครื่องประดับที่เป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคมาก มักจะเป็นเครื่องประดับที่ทำจากโลหะเงิน (sterling 925) ซึ่งจากมูลค่าการนำเข้าเครื่องประดับเงินของไทยตั้งแต่ปี 2554 จนถึงปี 2556 พบว่ามีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นจาก 72.93 ล้านบาทในปี 2554 เป็น 82.63 ล้านบาทในปี 2556 และมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งแสดงถึงความต้องการเครื่องประดับเงินในประเทศที่มีเพิ่มขึ้นดังแสดงในภาพที่ 4



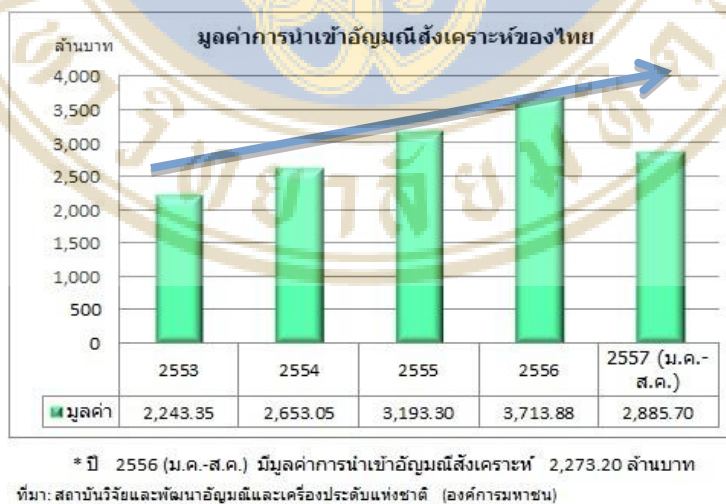
ที่มา: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ภาพที่ 4 แสดงมูลค่าการนำเข้าเครื่องประดับเงินของไทย ปี 2554-2556

ส่วนอัญมณีที่เป็นที่นิยมและสามารถสร้างมูลค่าให้แก่เครื่องประดับได้ดี คือพลอยสี และอัญมณีสังเคราะห์ โดยเฉพาะเพชรรัสเซีย (CZ) ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมาก เนื่องจากเพชรรัสเซียมีความสวยงามเทียบเท่าเพชรแท้ อีกทั้งราคายังถูกกว่าหลายเท่า ซึ่งจากมูลค่าการนำเข้าพลอยสีและอัญมณีสังเคราะห์ของไทยตั้งแต่ปี 2553 จนถึงต้นปี 2557 พบว่ามีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แสดงถึงความต้องการพลอยสีและอัญมณีสังเคราะห์ภายในประเทศที่มีมากขึ้นเพื่อนำมาผลิตเป็นเครื่องประดับจำหน่ายทั้งในและนอกประเทศ ดังแสดงในภาพที่ 5 และ 6



ภาพที่ 5 แสดงมูลค่าการนำเข้าพลอยสีของไทย ปี 2553-2557



ภาพที่ 6 แสดงมูลค่าการนำเข้าอัญมณีสังเคราะห์ของไทย ปี 2553-2557

สำหรับประเภทเครื่องประดับนั้นมีหลายประเภท อันได้แก่ แหวน ต่างหู สร้อยคอ สร้อยข้อมือ เป็นต้น ซึ่งประเภทของเครื่องประดับที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือแหวนและต่างหู เนื่องจากเป็นสินค้าที่ต้องใช้บ่อยในการประดับบนร่างกายในโอกาสต่างๆ ซึ่งสามารถใส่ได้ทุกโอกาสและเปลี่ยนได้บ่อยตามสไตล์การแต่งตัวในแต่ละวัน จึงเป็นที่นิยมในการบริโภคอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากข้อมูลตลาดที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าเครื่องประดับที่เป็นที่นิยมสำหรับผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องประดับแฟชั่นในตลาดระดับกลางโดยเน้นรูปแบบที่ทันสมัยและแตกต่าง แต่ยังคงเน้นคุณภาพ โดยวัสดุที่เหมาะสมกับการผลิตเครื่องประดับ ดังกล่าวได้แก่ เงิน พลอยสี และ เพชรรัสเซียสังเคราะห์ (CZ)

2.3 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจจากการวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจในการบริโภคสินค้าและบริการ

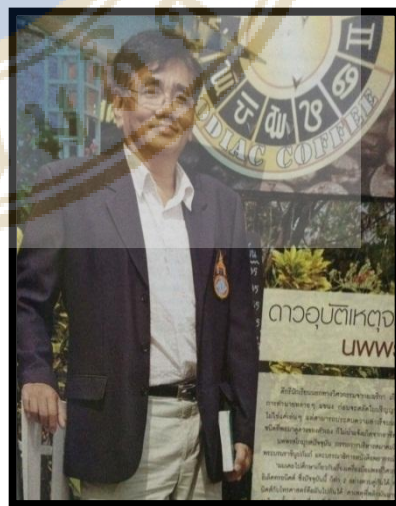
ธุรกิจเครื่องประดับนั้นถือเป็นตลาดที่น่าสนใจ ส่งผลให้มีผู้ประกอบการหลายรายอยากเข้าสู่ตลาดนี้ เพราะเชื่อมั่นว่า ยังสามารถเข้ามามีส่วนแบ่งการตลาดได้อีกมาก เครื่องประดับถือว่าเป็นสินค้าที่สามารถบ่งบอกฐานะของผู้สวมใส่ ขึ้นอยู่กับวัสดุที่ใช้และรูปแบบของสินค้า รวมถึงการทำการตลาดและการสร้างแบรนด์ เพื่อให้สินค้านั้นมีมูลค่ามากขึ้น และทำกำไรได้มากขึ้น ซึ่งจากการวิเคราะห์ตลาดพบว่าเครื่องประดับแฟชั่นเป็นที่นิยมมากที่สุดในกลุ่มตลาดระดับกลางและมีขนาดตลาดใหญ่กว่าตลาดระดับบนและระดับล่าง แบรนด์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสำหรับตลาดในกลุ่มนี้ ทำให้แบรนด์ใหม่มีโอกาสเข้ามาได้ง่าย แต่ผู้ประกอบการรายใหม่จำเป็นต้องสร้างความแตกต่างจากแบรนด์เดิม ซึ่งแบรนด์เครื่องประดับในปัจจุบันมีจำนวนมาก และแต่ละแบรนด์ก็พยายามสร้างเอกลักษณ์และดีไซน์ที่แตกต่างจากแบรนด์อื่นๆ ทำให้เครื่องประดับที่เน้นดีไซน์มีมากในตลาด และเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคมากด้วยเช่นกัน ซึ่งผู้บริโภคจะมีความชอบและความพึงพอใจในดีไซน์เครื่องประดับที่แตกต่างกัน ทำให้แบรนด์เครื่องประดับที่เน้นดีไซน์ ถึงแม้จะมีมากในตลาด แต่ก็จะมีจำหน่ายได้เฉพาะลูกค้าที่ชอบในแบบนั้นๆ ด้วยเหตุนี้เองทำให้มีหลายรายที่มาสามารถขายกลุ่มลูกค้าได้และต้องออกจากตลาดนี้ไป ถึงแม้ความชอบของผู้บริโภคจะแตกต่างกัน แต่สิ่งที่คนไทยทุกคนมีเหมือนกันคือความเชื่อ ทุกคนต่างมีความเชื่อที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์ สี ตัวเลข โชคลาง ฮวงจุ้ย เป็นต้น เพื่อเป็นที่พึ่งและสร้างความเชื่อมั่นในจิตใจ ซึ่งหากนำเครื่องประดับที่เน้นดีไซน์มาประยุกต์กับความเชื่อ ก็จะสามารถดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น เพราะความเชื่อเหล่านี้จะช่วยดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจเครื่องประดับนั้นๆ

มากขึ้น บางทีดีไซน์อาจจะไม่มีอิทธิพลเลยก็เป็นได้ เนื่องจากระดับความเชื่อของผู้บริโภคต่างกัน ใครที่มีความเชื่อมากก็จะดึงดูดใจซื้อสินค้านั้นทันทีโดยไม่ต้องพิจารณาอีก ใครที่มีความเชื่อน้อย ดีไซน์ก็อาจจะเข้ามามีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อบ้าง แต่การเอาความเชื่อเข้ามาประยุกต์กับเครื่องประดับจะทำให้ผู้บริโภคแทบทุกรายหันมาให้ความสนใจมากกว่าเครื่องประดับที่เน้นดีไซน์แบบธรรมดา

จากการศึกษา “พฤติกรรมการตัดสินใจในการบริโภคสินค้าและบริการ” ของนักศึกษาปริญญาโท สาขาการตลาดวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ได้ทำการศึกษากลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 422 คน ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล แบ่งเป็นชายร้อยละ 26 และหญิงร้อยละ 74 พบว่าเลือกซื้อสินค้าและบริการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อความสบายใจ คิดเป็นร้อยละ 69 และเลือกซื้อสินค้าและบริการเพื่อปกป้องคุ้มครองให้ตนเองแล้วคลาดปลอดภัยจากสิ่งเลวร้ายคิดเป็นร้อยละ 31

นอกจากนี้ ในการศึกษาได้มีการจัดอันดับในด้านของศาสตร์ความเชื่อ โชคลางที่ได้รับ ความนิยม 5 อันดับแรก ได้แก่ โหราศาสตร์ สี ชวงชัย ตัวเลข และเครื่องราง ตามลำดับ ซึ่งความเชื่อที่สามารถนำมาประยุกต์กับเครื่องประดับได้ดีที่สุด คือความเชื่อเรื่องสี เพราะสามารถนำพลอยสีมาประยุกต์ใช้ได้ โดยจากงานวิจัยได้กล่าวอีกว่าความเชื่อเรื่อง “สี” สามารถนำมาเสริมสร้างความมั่นใจ และสนับสนุนเรื่องการเรียน การงาน การเงิน ความรัก และเป็นที่ยอมรับมากในกลุ่มวัยทำงาน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักในตลาดเครื่องประดับที่เน้นดีไซน์ อีกทั้งคนส่วนใหญ่เริ่มให้ความสนใจในการใช้ “สี” เพื่อเสริมโชคลาภและเสริมคลให้กับตนเองมากขึ้น ดังนั้น MISSII JEWELRY จึงเห็นโอกาสทางธุรกิจในการนำความเชื่อเรื่อง “สี” มาประยุกต์กับเครื่องประดับโดยใช้พลอยสีมาสร้างเรื่องราวผูกกับความเชื่อ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคมากขึ้น

การนำพลอยสีมาประยุกต์กับความเชื่อเรื่องสี จะมีอิทธิพลต่อผู้สวมใส่อย่างน้อยเพียงใดนั้นทาง MISSII JEWELRY ได้มีบทสัมภาษณ์ คุณนพพร โกมุทผู้เชี่ยวชาญด้านโหราศาสตร์ ในหัวข้อ **“พลังของสี มีผลต่อผู้สวมใส่เครื่องประดับมากน้อยเพียงใด”** ซึ่งแสดงในบทความดังนี้



คุณนพพร โกมุท

อาชีพ ที่ปรึกษาด้านวิศวกรรมการแพทย์ของโรงพยาบาล
บรรณาธิการหนังสือพยากรณ์สาร
กรรมการบริหารสมาคมโหราแห่งประเทศไทย
และสอนวิชาคัมภีร์มหาศัตเลข โหราศาสตร์ไทย
โหงวเฮ้ง ลายมือ ไพ่ยิปซี โหราศาสตร์ยูเรเนียน

“พลังของสี” มีผลต่อผู้สวมใส่เครื่องประดับมากน้อยเพียงใด

“คนในยุคนี้ขาดที่พึ่งทางใจ ก็เลยหาอะไรที่สามารถเป็นที่พึ่งให้กับจิตใจที่กำลังอ่อนแอ สับสน วุ่นวาย หรืออย่างน้อยก็ช่วยสร้างความอุ่นใจและสบายใจ”

“ตอนนี้เครื่องประดับไม่ได้ใส่กันเล่นๆหรืออวดฐานะกันเท่านั้น แต่มีความเชื่อเรื่องโชคลางว่า ถ้าสวมใส่เป็นเครื่องประดับพลอยสีแล้วจะส่งเสริมสิริมงคล เสริมอำนาจบารมี เสริมดวงชะตาให้ดีขึ้น”

“สีพลอยที่ถูกโฉลกกับแต่ละคนเป็นเรื่องของ “ความเชื่อ” และที่สำคัญคือ ให้ผลทางด้านจิตใจ ทำให้เกิดความมั่นใจ เพราะการที่ได้สวมใส่เครื่องประดับจากพลอยสีที่เหมาะสมและถูกโฉลกกับตนเอง ก็จะได้รับพลังของสี (สีประจำดวงดาว) นั้นๆ ในทางที่ดีด้วย”

“การเสริมชะตาตามหลักโหราศาสตร์ “ดาวแต่ละดวงจะมีอิทธิพลต่อเจ้าชะตาแตกต่างกันในแต่ละด้านสีประจำดวงดาวก็จะให้อิทธิพลกับเจ้าชะตาเหมือนกับดวงดาวนั้นด้วย” นอกจากนี้ยังมีบทความเรื่อง “พลังแห่งสีในเครื่องประดับ” และ “การเลือกสีตามหลักโหราศาสตร์ในชีวิตประจำวัน” จากคุณ นพพร โกมลิก ดังแสดงในบทความข้างล่างนี้

พลังแห่งสีอัญมณีในเครื่องประดับ

“สี” ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของเรา และทำให้มีอารมณ์ความรู้สึกที่แตกต่างกันไป ซึ่งในทางโหราศาสตร์นั้น “สี” ถือเป็นสัญลักษณ์ประจำดวงดาวต่างๆที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อชะตาชีวิตของบุคคล ตามวัน เดือน ปีที่ตกฟาก ซึ่งตรงกับดวงดาวบนฟากฟ้า เช่น วันอาทิตย์ สีแดง วันจันทร์ สีเหลือง วันพุธ สีเขียว เป็นต้น ดังนั้น การเลือกใช้สีที่ถูกต้องหรือถูกโฉลกตามหลักทางโหราศาสตร์ไทย จะเป็นการเสริมสิริมงคล ความเจริญก้าวหน้า โชคลาภ หรือส่งเสริมในเรื่องโชคชะตาต่างๆ ให้กับบุคคลนั้น

เครื่องประดับที่ตกแต่งด้วยอัญมณี ไม่เพียงแต่แสดงถึงคุณค่าและความสวยงามเท่านั้น แต่คนไทยยังได้รับอิทธิพลความเชื่อในเรื่องสีของอัญมณี ที่เกี่ยวข้องกับดวงดาวในระบบสุริยจักรวาล ซึ่งมีอำนาจและมีพลังเป็นคุณวิเศษที่จะนำพาความเจริญรุ่งเรือง และสิริมงคลทั้งหลายมาสู่ผู้ที่สวมใส่เครื่องประดับ

บทความจาก คุณนพพร โกมลิก เรื่อง “พลังแห่งสีในเครื่องประดับ”
และ “การเลือกสีตามหลักโหราศาสตร์ในชีวิตประจำวัน”

ต้นกำเนิดหรือกฎเกณฑ์ในการแบ่งแยกสีที่ถูกโฉลกหรือสีที่เป็นมงคลทางโหราศาสตร์ มาจากสีที่กำหนดตามหลักทักษาพยากรณ์ในตำนานกำเนิดดาวพระเคราะห์ (สีประจำดาวพระเคราะห์ทั้ง 8) ดังนี้

1. สีที่เป็น “บริวาร” หมายถึง สีเกี่ยวข้องกับตัวเอง คนรอบข้าง ผู้ได้บังคับบัญชา บุตร สามี ภรรยา รวมทั้งสัตว์เลี้ยง
2. สีที่เป็น “อายุ” หมายถึง สีที่มีอิทธิพลต่อสุขภาพและ การดำเนินชีวิต
3. สีที่เป็น “เดช” หมายถึง สีที่ส่งเสริมเรื่องอำนาจวาสนาบารมี
4. สีที่เป็น “ศรี” หมายถึง สีที่ส่งเสริมความดีงาม การเงิน โชคลาภ ความสำเร็จ
5. สีที่เป็น “มูละ” หมายถึง สีที่ส่งเสริมความมั่นคงแห่งทรัพย์สิน การลงหลักปักฐาน
6. สีที่เป็น “อุตสาหะ” หมายถึง สีที่มีอิทธิพลต่อความขยัน เพียรพยายาม การฟันฝ่าอุปสรรค ความมุ่งมั่น
7. สีที่เป็น “มนตรี” หมายถึง สีที่ส่งเสริมการอุปถัมภ์ค้ำชู ความช่วยเหลือเกื้อกูล ความรักเมตตาจากผู้ใหญ่
8. สีที่เป็น “กาลิ” หรือ “กาลกิณี” หมายถึง สีที่เป็นอัปมงคล การสูญเสีย ตัดรอนสิ่งดีงาม เป็นอุปสรรคปัญหา ความเจ็บไข้ได้ป่วย ความพลัดพราก ห้างไกล

ตารางที่ 2 แสดงการเลือกสีตามหลักโหราศาสตร์ในชีวิตประจำวัน

ด้านการเสริมโชค วันเกิด	(บริวาร) สง่าราศี คนใกล้ชิดรัก	(อายุ) สุขภาพ แข็งแรง อายุยืนยืน	(เดช) พลังอำนาจ อิทธิพล	(ศรี) ความร่ำรวย โชคลาภ พลังของ ความดี	(มูละ) ความมั่นคงทาง ทรัพย์สิน	(อุตสาหะ) พลังใน การทำงาน	(มนตรี) ความช่วยเหลือ ผู้ใหญ่ อุปถัมภ์	(กาลกิณี) ความอับมงคล อุปสรรค ปัญหา
วันอาทิตย์	แดง	ขาว เหลือง	ชมพู	เขียว	ดำ ม่วง	ส้ม	ใส น้ำตาล เทา	ฟ้า น้ำเงิน
วันจันทร์	ขาว เหลือง	ชมพู	เขียว	ดำ ม่วง	ส้ม	ใส น้ำตาล เทา	ฟ้า น้ำเงิน	แดง
วันอังคาร	ชมพู	เขียว	ดำ ม่วง	ส้ม	ใส น้ำตาล เทา	ฟ้า น้ำเงิน	แดง	ขาว เหลือง
วันพุธ	เขียว	ดำ ม่วง	ส้ม	ใส น้ำตาล เทา	ฟ้า น้ำเงิน	แดง	ขาว เหลือง	ชมพู
วันพฤหัสบดี	ส้ม	ใส น้ำตาล เทา	ฟ้า น้ำเงิน	แดง	ขาว เหลือง	ชมพู	เขียว	ดำ ม่วง
วันศุกร์	ฟ้า น้ำเงิน	แดง	ขาว เหลือง	ชมพู	เขียว	ดำ ม่วง	ส้ม	ใส น้ำตาล เทา
วันเสาร์	ดำ ม่วง	ส้ม	ใส น้ำตาล เทา	ฟ้า น้ำเงิน	แดง	ขาว เหลือง	ชมพู	เขียว
วันพุธ (กลางวัน)	ใส น้ำตาล เทา	ฟ้า น้ำเงิน	แดง	ขาว เหลือง	ชมพู	เขียว	ดำ ม่วง	ส้ม

จากการศึกษาผลของความเชื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการ รวมถึงอิทธิพลของสีที่มีผลต่อวันเกิดและอิทธิพลของพลอยสีที่มีผลต่อผู้สวมใส่ ทำให้มองเห็นโอกาสในการนำความเชื่อมาเชื่อมโยงกับเครื่องประดับ จึงเกิดเป็นธุรกิจในการผลิตเครื่องประดับแฟชั่นที่เน้นดีไซน์ โดยนำมาเชื่อมโยงกับความเชื่อเรื่องพลอยสีที่มีผลในด้านต่างๆตามวันเกิดของผู้สวมใส่

โดยเครื่องประดับที่จะนำมาจำหน่ายภายใต้แบรนด์ “MISSII JEWELRY” จะต้องเป็นเครื่องประดับที่มีคุณภาพและมีมูลค่า อีกทั้งดีไซน์ต้องแตกต่างจากคู่แข่ง โดย “MISSII JEWELRY” ได้สร้างนวัตกรรมใหม่สำหรับสินค้าเครื่องประดับเพื่อสร้างรูปแบบที่แตกต่างจากสินค้าที่มีอยู่เดิม ซึ่งก็คือแหวนเปลี่ยนหัว โดยสามารถถอดหัวแหวนเปลี่ยนเป็นหัวอื่นได้ นอกจากนี้วัสดุที่เราจะใช้ต้องเป็นวัสดุที่มีค่า ซึ่งก็คือเงิน (sterling 925), พลอยสี และ CZ ซึ่งการใช้วัสดุเหล่านี้จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่เครื่องประดับ อีกทั้งการนำรูปแบบแหวนเปลี่ยนหัวมาเชื่อมโยงกับความเชื่อเรื่องพลอยสี จะช่วยดึงดูดผู้บริโภคเป็นอย่างมาก รวมถึงเพิ่มฐานลูกค้าได้กว้างขึ้นด้วย

สำหรับในเรื่องการผลิตนั้น MISSII JEWELRY มีความได้เปรียบทางด้านต้นทุน เนื่องจากมีพันธมิตรทางธุรกิจที่มีโรงงานผลิตที่มีความเชี่ยวชาญ อีกทั้งพลอยสีที่นำมาใช้ก็เป็นพลอยสีที่มีคุณภาพและหลากหลายสีและชนิด ทำให้ต้นทุนค่าพลอยสีถูกกว่าการซื้อจากซัพพลายเออร์รายอื่น ส่งผลให้สามารถประหยัดต้นทุนได้มากขึ้น ดังนั้นกลยุทธ์ของ “MISSII JEWELRY” จะเน้นทั้ง Differentiate และ Low Cost ซึ่งจะสามารถสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้า สร้างผลกำไรที่ดี และทำให้ธุรกิจมีความยั่งยืน

บทที่ 3

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน

3.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis)

การวิเคราะห์สภาพธุรกิจ โดยใช้เครื่องมือ Five Forces Model ของ Porters ดังนี้

3.1.1 ภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry within the industry)

การแข่งขันในธุรกิจเครื่องประดับไม่ว่าจะเป็นเครื่องประดับแท้ หรือเครื่องประดับเทียม นั้น มีคู่แข่งที่อยู่ในธุรกิจจำนวนมาก และแต่ละรายก็มุ่งเน้นสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง และสิ่งที่สามารถจะนำมาแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมได้นั้นคงจะเป็นเรื่องของรูปแบบ (Design) เพราะเครื่องประดับแต่ละชิ้นก็ย่อมมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง บ่งบอกถึงรสนิยมและบุคลิกของผู้สวมใส่ แต่ก็ยังไม่มีเครื่องประดับแบรนด์ใดที่นำรูปแบบของแหวนเปลี่ยนหัวและนำเรื่องความเชื่อมาเป็นจุดเด่น ถึงแม้จะมีการนำเสนอเรื่องความเชื่อแต่ก็มีรูปแบบแหวนที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้น MISSII JEWELRY จะเน้นการสร้างแตกต่างจากคู่แข่ง (Product Differentiate) ด้วยรูปแบบแหวนเปลี่ยนหัว และนำเรื่องความเชื่อมาเป็นจุดเด่น ทำให้ลูกค้ามีความผูกพันและพอใจกับแบรนด์ (Brand Loyalty) ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจไปใช้แบรนด์อื่นได้ยาก สามารถเป็นสิ่งที่จะนำพาธุรกิจไปสู่ความสำเร็จต่อไป

3.1.2 ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants)

จากตัวเลขที่น่าสนใจในตลาดเครื่องประดับ ส่งผลให้มีผู้ประกอบการหลายรายอยากเข้าสู่ตลาดนี้ เพราะเชื่อมั่นว่า ยังสามารถเข้ามามีส่วนร่วมแบ่งการตลาดได้อีกมาก ธุรกิจเครื่องประดับแท้โดยเฉพาะที่เป็นแฟชั่นเน้นดีไซน์เป็นธุรกิจที่สามารถทำกำไรได้อย่างสูงและสามารถบวกกำไรได้ ราคาซื้อขายขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้บริโภค ทำให้เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก

แต่โดยรวมแล้วภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง เพราะกิจการต้องสำรองเงินสดไว้เพื่อสต็อกวัตถุดิบต่างๆ อีกทั้งการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งทำให้ผู้เข้ามาใหม่เข้ามาเจาะตลาดนี้ค่อนข้างยาก เนื่องจากต้องสร้างฐานลูกค้ารายใหม่ ซึ่งถือเป็นอุปสรรคต่อคู่แข่งที่เข้ามาใหม่

อีกทั้ง MISSII JEWELRY จะเน้นการสร้างสินค้าที่มีเอกลักษณ์ โดดเด่น สามารถเลียนแบบได้ยาก คุณภาพดี ราคาเหมาะสม มีความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ อีกทั้งเน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าทำให้เกิดการจรรีกรักภักดีซึ่งจะช่วยป้องกันคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาได้

3.1.3 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)

เครื่องประดับแฟชั่น อย่างเช่น งานเงินแท้ที่เน้นดีไซน์ นั้นนับว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่อยู่นอกเหนือจากปัจจัยสี่ ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักคือ กลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน ซึ่งก็คือ ผู้ที่มีฐานะการเงินปานกลางค่อนข้างดี เพราะมีราคาไม่สูงมาก เป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่นอกเหนือความจำเป็น และขึ้นอยู่กับความชอบส่วนบุคคล ดังนั้นสินค้าทดแทนที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็น เครื่องประดับทำมือ (Hand made) จากพวก เชือก ลูกปัด เรซิน ฯลฯ ซึ่งมีราคาถูกกว่าสามารถใช้งานได้ไม่แพ้กัน แต่สินค้าเหล่านี้ก็ไม่สามารถทดแทนกันได้อย่างชัดเจน เพราะเครื่องประดับเหล่านี้ไม่สามารถใช้บอกฐานะทางสังคมเท่าที่คนบางกลุ่ม หรือคนที่ มีฐานะทางสังคมต้องการ ดังนั้นสินค้าทดแทนยังสามารถทดแทนได้น้อย

3.1.4 อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Bargaining Power of Suppliers)

ร้านขายเครื่องประดับค้าปลีกที่มีอยู่ทั่วไปจะมีอำนาจการต่อรองกับเจ้าของปัจจัยการผลิต น้อย ด้วยมูลค่าการสั่งผลิตหรือการซื้อที่น้อยกว่าร้านค้าหรือผู้ประกอบการรายใหญ่ ดังนั้นจึงทำให้เสียเปรียบในเรื่องของราคา ทำให้ในระยะแรกอาจต้องซื้อในราคาที่แพงกว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ แต่สำหรับ MISSII JEWELRY นั้นมีพันธมิตรทางธุรกิจจากธุรกิจเดิมจึงสามารถใช้อำนาจในการต่อรองกับผู้ขายปัจจัยการผลิตส่งผลให้การเจรจาต่อรองทำได้ง่ายและมีข้อได้เปรียบที่ไม่แพ้ผู้ประกอบการรายใหญ่

3.1.5 อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyers)

การที่ MISSII JEWELRY มีการนำเสนอเครื่องประดับในรูปแบบที่แตกต่าง คือ เครื่องประดับแหวนเปลี่ยนหัวเสริมโชค ทำให้ MISSII JEWELRY เป็นตัวเลือกแรกของลูกค้าที่ชอบความต่าง ไม่ชอบอะไรซ้ำๆ ซ้ำเบื่อ อีกทั้งแบรนด์เครื่องประดับที่เน้นในเรื่องความเชื่อมีจำนวนไม่มาก ส่งผลให้ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อสินค้าไม่มากนัก ดังนั้นลูกค้าจึงมีอำนาจในการต่อรองต่ำ

3.2 วิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมเครื่องประดับในประเทศไทยมีการแข่งขันกันสูง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีก ทำให้เหล่าผู้ประกอบการค้าปลีกต้องผลิตสินค้าในรูปแบบที่แตกต่าง และสร้างเรื่องราวให้แก่สินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าให้มากขึ้น ซึ่งหากทำการวิเคราะห์คู่แข่งโดยแบ่งเป็น 4 ระดับ ดังแสดงในตารางที่ 3 ซึ่งแต่ละระดับจะจำแนกตามประเภทของสินค้า ได้แก่

1. **Generic competition** คือ กลุ่มสินค้าที่เป็นเครื่องประดับทั้งหมด ได้แก่ Lucy summer, 100 stone café, Rock me Jewelry, IttibittyJewelry, Welmel, Mery ฯลฯ

2. **Production category competition** คือ กลุ่มสินค้าเครื่องประดับแฟชั่นที่เน้นดีไซน์ โดยใช้วัสดุมีค่า ได้แก่ เงิน, พลอยสี และ CZ เช่น Sasi, Mimanera Jewelry, Jewel addict, Tinatana Jewelry, Nagare_Jewelry, Make my gems, Gem sister, Nice jewelry, Dean's Jewelry, Misswong ฯลฯ

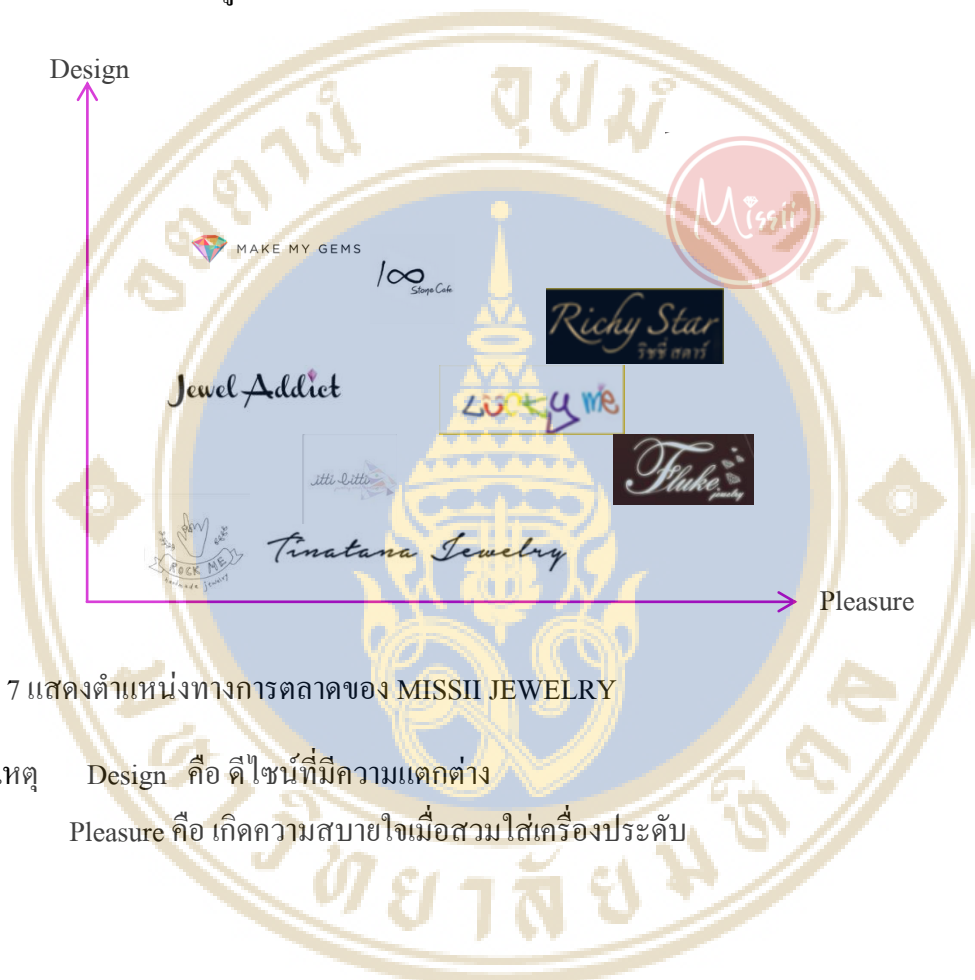
3. **Product form competition** คือ กลุ่มสินค้าเครื่องประดับแฟชั่นที่เน้นดีไซน์และเชื่อมโยงกับความเชื่อแต่มีรูปแบบสินค้าต่างกันเช่น LuckyMeJewelry, Richystar, Sasirin_jewelry ฯลฯ

4. **Brand competition** คือ กลุ่มสินค้าเครื่องประดับแฟชั่นที่เน้นไซส์ และเชื่อมโยงกับความเชื่อ มีรูปแบบสินค้าเหมือนกันต่างกันที่แบรนด์ ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีแบรนด์ใดที่มีรูปแบบเหมือนกัน จึงยังไม่มีคู่แข่งโดยตรงในกลุ่มนี้

ตารางที่ 3 แสดงคู่แข่งแบ่งตามจำแนกตามประเภทของสินค้า

ประเภทของสินค้า	ตราสินค้า
Generic competition	Lucy summer, 100 stone café, Rock me Jewelry, Ittibitty Jewelry, Welmel, Mery ฯลฯ
Production category competition	Sasi, Mimanera Jewelry, Jewel addict, Tinatana Jewelry, Nagare_Jewelry, Make my gems, Gem sister, Nice jewelry, Dean's Jewelry, Misswong ฯลฯ
Product form competition	LuckyMe Jewelry, Richy star, Fluke jewelry
Brand competition	-

สำหรับ MISSII JEWELRY ได้วางตำแหน่งในการเป็นสินค้าเครื่องประดับแฟชั่นเน้นดีไซน์ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งมากที่สุด เพราะได้นำนวัตกรรมการเปลี่ยนหัวแหวนมาประยุกต์กับความเชื่อเรื่องพลอยสี ด้วยรูปแบบดอกไม้ที่เป็นตัวแทนผู้หญิงในแต่ละสัปดาห์ ซึ่งยังไม่มีคู่แข่งสำหรับรูปแบบนี้ ทำให้สินค้าของเรามีดีไซน์ที่มีรูปแบบแตกต่างจากคู่แข่งโดยสิ้นเชิง อีกทั้งมูลค่ายังคุ้มราคาสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างยิ่ง



ภาพที่ 7 แสดงตำแหน่งทางการตลาดของ MISSII JEWELRY

หมายเหตุ Design คือ ดีไซน์ที่มีความแตกต่าง

Pleasure คือ เกิดความสบายใจเมื่อสวมใส่เครื่องประดับ

3.3 วิเคราะห์คู่แข่ง

คู่แข่งส่วนใหญ่ของ MISSII JEWELRY จะเป็นคู่แข่งทางอ้อม ยังไม่มีคู่แข่งทางตรงที่มีรูปแบบเครื่องประดับเหมือนกันทุกประการ แต่จะมีคู่แข่งที่ใกล้เคียงกัน คือกลุ่มคู่แข่งที่นำเครื่องประดับมาเชื่อมโยงกับความเชื่อ ซึ่งมีอยู่ 3 แบรนด์ด้วยกันคือ LuckyMe Jewelry, Richy star และ Fluke jewelry โดยหากพิจารณาทั้งสามแบรนด์นี้จะพบว่าประเภทสินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลายเหมือนกัน คือ

แหวน ต่างหู สร้อยคอ กำไล และจี้สร้อยคอ แต่ดีไซน์ของเครื่องประดับต่างกัน โดย LuckyMe Jewelry จะเน้นดีไซน์ตามเทรนด์แฟชั่นปัจจุบันโดยลูกค้าสามารถเลือกพลอยตามเดือนเกิดได้ ส่วน Richy star จะเน้นดีไซน์แบบทันสมัยเชื่อมโยงกับความเชื่อเรื่องการเสริมสิริมงคล และช่วยพัฒนาสิ่งไม่ดีออกไป นำพาสิ่งดีๆเข้ามา สำหรับFluke jewelry จะเน้นดีไซน์ที่เรียบหรูหรามีรูปแบบทันสมัยเชื่อมโยงกับความเชื่อโดยใช้วัสดุที่มีค่ามากคือเพชรแท้ ซึ่งทั้ง 3 แบรินด์จะมีระดับราคาที่แตกต่างกันจะเห็นได้ว่าแบรนด์ที่เน้นเรื่องความเชื่อเป็นหลักอย่างRichy starและ Fluke jewelry จะมีราคาค่อนข้างสูงกว่าแบรนด์ LuckyMe Jewelry เนื่องจากการสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ในด้านความเชื่อเป็นหลัก แต่ก็ยังใช้วัสดุที่มีค่า สำหรับ LuckyMe Jewelry นั้นจะเน้นดีไซน์เป็นหลัก ส่วนความเชื่อเป็นเพียงส่วนประกอบ

อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในกลุ่มสินค้าเครื่องประดับจะเป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน อายุประมาณ 22 - 35 ปี ซึ่งจะเน้นดีไซน์เป็นหลัก และราคาไม่แพงนัก หากนำความเชื่อมาเชื่อมโยงกับเครื่องประดับก็จะดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภคมากขึ้น แต่ Richy star และ Fluke jewelry ไม่ค่อยเน้นดีไซน์มากนัก ทำให้ลูกค้าหลักไม่ใช่กลุ่มวัยรุ่น แต่จะเป็นกลุ่มผู้ใหญ่ตอนกลางถึงปลาย ที่เชื่อเรื่องโชคลางและมีกำลังซื้อสูง ทำให้ฐานลูกค้าไม่ค่อยกว้างนัก

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งระดับ

Brand	สินค้า	รูปแบบ	วัสดุ	ช่องทางการขาย	ราคา (บาท)	บริการหลังการขาย
LuckyMe Jewelry	แหวน ต่างหู สร้อยคอ จี้ สร้อยคอ	เน้นออกแบบตาม เทรนด์แฟชั่นโดย สามารถเลือก พลอยตามเดือน เกิดได้	เงิน พลอย แท้	Facebook Flea Market	790 - 6,900	-
Richy star	แหวน ต่างหู สร้อย ข้อมือ จี้ สร้อยคอ	เน้นรูปแบบทันสมัย มาประยุกต์กับ เครื่องประดับ เพื่อ เสริมสิริมงคล	เงิน ทอง CZ	Website Facebook Instagram หน้าร้าน	3,100 - 13,500	กรณีสินค้า เสียหาย ระหว่าง ขนส่งทาง บริษัทจะ เปลี่ยน สินค้าให้
Fluke jewelry	แหวน ต่างหู สร้อย ข้อมือ จี้ สร้อยคอ	เน้นดีไซน์หรูหรา เชื่อมโยงกับความ เชื่อเรื่องกัณฑ์และ การสวมใส่	เงิน เพชร	Facebook Instagram Flea Market	9,900	-
Missii jewelry	แหวน ต่างหู	ดีไซน์แหวนเปลี่ยน หัว ใช้พลอยสีเพื่อ เสริมโชคในด้าน ต่างๆ	เงิน พลอย แท้ CZ	Facebook Instagram Flea Market Website หน้าร้าน	750 – 2,800	รับประกัน ซ่อมและชุบ เป็นเวลา 1 ปี

สินค้าเครื่องประดับถือเป็นกลุ่มสินค้าที่แบรนด์ไม่ค่อยมีอิทธิพลมากนัก เพราะเป็นสินค้าที่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า แบรนด์ใดที่ดีไซน์ตรงตามความต้องการของลูกค้า ลูกค้าถึงจะยินดีซื้อ อย่างไรก็ตาม ราคาก็มีอิทธิพลเช่นกัน หากราคาสูงมาก ลูกค้าอาจจะลังเลใจในการซื้อ ถึงแม้ว่าดีไซน์จะตรงตามความต้องการก็ตาม ดังนั้นดีไซน์และราคาจึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการในกลุ่มสินค้าเครื่องประดับต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก รวมถึงการสร้างเรื่องราวและการทำการตลาดเพื่อให้ลูกค้าหันมาให้ความสนใจในสินค้ามากขึ้น

ดังนั้นเมื่อเทียบกับคู่แข่งที่นำเครื่องประดับมาเชื่อมโยงกับความเชื่อแล้วนั้น ถือว่าMISSII JEWELRY มีการนำเสนอสินค้าที่มีรูปแบบแตกต่างจากคู่แข่ง โดยการนำรูปแบบของแหวนเปลี่ยนหัว และการใช้พลอยสีมาเชื่อมโยงกับความเชื่อ เพื่อเสริมโชคในด้านต่างๆ การมีบริการหลังการขาย ที่สำคัญคือราคาของสินค้านั้นเป็นราคาที่สามารถทำให้ลูกค้าเห็นแล้วก็สามารถตัดสินใจซื้อได้ไม่ยาก อีกทั้งยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เป็นช่องทางที่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยทาง MISSII JEWELRY จะมุ่งเน้นการทำการตลาดผ่านแต่ละช่องทาง ก็จะเป็นโอกาสทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จัก เกิดการรับรู้และซื้อในครั้งแรก ซึ่งอาจรวมไปถึงการบอกต่อ (Word of Mouth) ให้กับแบรนด์ เมื่อเป็นเช่นนี้ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (Loyalty) สูง โอกาสที่จะเปลี่ยนแบรนด์สินค้า (Switch Brand) ก็จะต่ำไปด้วย

บทที่ 4

แนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ

4.1 ภาพรวมของบริษัท

ชื่อบริษัท : MISSII JEWELRY

ชื่อแบรนด์ : MISSII

รูปแบบธุรกิจ : ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับเงินแท้ (925) ประดับด้วยอัญมณีแท้ หรืออัญมณีเทียม เช่น CZ โดยการนำความเชื่อเรื่องสีมาเป็นจุดเด่น เพื่อจัดจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง

สินค้าและบริการ : เครื่องประดับแหวนเปลี่ยนหัวเสริมโชค ตัวเรือนเงินแท้ (925) ประดับด้วยอัญมณีแท้ หรืออัญมณีเทียม เช่น CZ ซึ่งดีไซน์ของแหวนนั้นจะใช้ดอกไม้ทั้งหมด 4 ดอก ซึ่งดอกไม้แต่ละดอกจะสื่อความหมายถึงผู้หญิงที่มีสไตล์แตกต่างกันทั้ง 4 มุมมองและความชอบ

วิสัยทัศน์ : เป็นแบรนด์เครื่องประดับเงินแฟชั่นเสริมโชคเครื่องสี่ที่ผู้บริโภค นึกถึงอันดับแรก

พันธกิจ : 1. เป็นผู้นำในด้านรูปแบบเครื่องประดับที่มีเน้นความแตกต่าง
2. มุ่งเน้นการผลิตที่มีคุณภาพ
3. มุ่งเน้นการจัดส่งสินค้าตรงตามเวลา

เป้าหมายด้านการดำเนินธุรกิจ : 1. สร้างสินค้าเครื่องประดับเงินแฟชั่นให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค

2. สร้าง Brand Awareness ให้ “MISSII JEWELRY” เป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือในคุณภาพของสินค้า

3. เป็นผู้นำในธุรกิจเครื่องประดับเงินแฟชั่นในประเทศไทย

เป้าหมายด้านการตลาด : การทำให้สินค้าเครื่องประดับเงินแฟชั่นให้เป็นที่รู้จัก และ

สร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและตราสินค้า โดยการนำ
ความเชื่อเรื่อง “สี” มาเป็นส่วนหนึ่งในการทำการตลาด และ
ส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า โดยรับประกันใน
ความน่าเชื่อถือในเรื่องคุณภาพและความเชี่ยวชาญใน
การผลิตอีกด้วย

- ปัจจัยแห่งความสำเร็จ :
1. สร้างความแตกต่างในเรื่องของดีไซน์โดยใช้รูปแบบ
ของการเปลี่ยนหัว โดยมีการนำเสนอรูปแบบใหม่ Collection
ใหม่ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่อง
 2. สร้างการยอมรับในแบรนด์ให้ลูกค้าเกิดการยอมรับและเกิดความ
ภักดีต่อตราสินค้า
 3. การควบคุมคุณภาพตั้งแต่การออกแบบ การผลิต จนถึงการส่งสินค้า
เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ตราสินค้า :



ภาพที่ 8 แสดงตราสินค้า

4.2 รูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจของMISSII JEWELRY จะมุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าที่เป็นเครื่องประดับเงิน
แท้ (925) ที่ประดับด้วยอัญมณีแท้ หรืออัญมณีเทียม เช่น CZ โดยผ่านการนำความเชื่อเรื่องสี มาเป็น

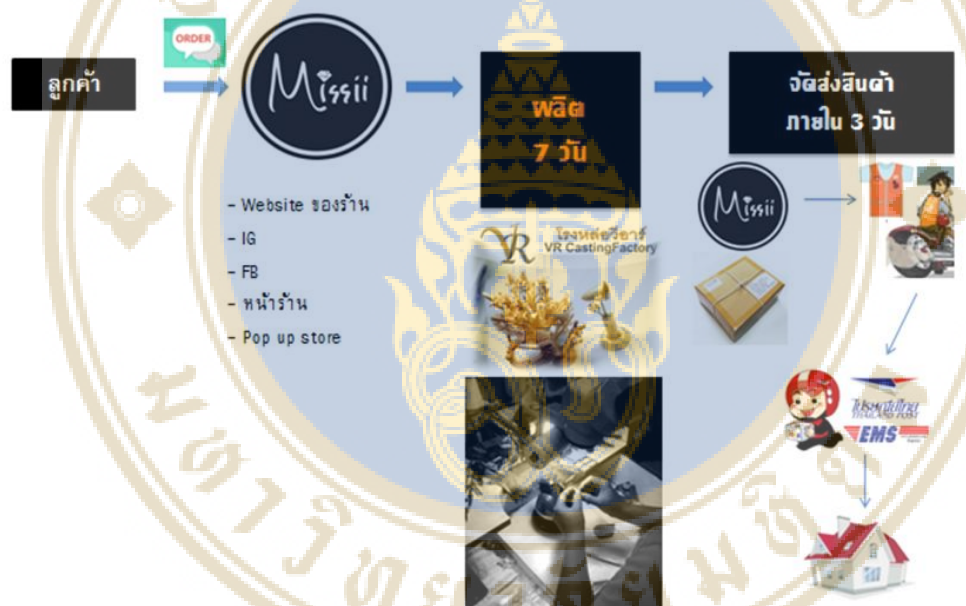
จุดเด่น เพื่อจัดจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง หรือลักษณะของ B2C (Business to Customer) ซึ่งรูปแบบการดำเนินการประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

- การคัดเลือกวัตถุดิบในการผลิตจาก Supplier และตรวจสอบคุณภาพของสินค้า เพื่อเตรียมพร้อมก่อนการจัดส่งให้โรงงานผลิต

- ส่งวัตถุดิบในการผลิตให้โรงงานเพื่อเริ่มกระบวนการผลิต

- รับสินค้าที่ผลิตจากโรงงานเพื่อนำมาตรวจสอบคุณภาพและประสิทธิภาพของเครื่องประดับก่อนทำการเก็บในคลังสินค้า

- จัดเก็บสินค้าและจำหน่ายผ่านทางช่องทางต่างๆ ทั้งช่องทางออนไลน์ และช่องทางออฟไลน์ซึ่งในทุกครั้งจะมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าที่ซื้อสินค้าไว้ในฐานข้อมูลเพื่อเป็นข้อมูลทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์, ใช้ในการส่งเสริมทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่อไป



ภาพที่ 9 แสดงกระบวนการทางธุรกิจของเครื่องประดับแบรนด์ MISSII JEWELRY

4.3 กระบวนการผลิต

4.3.1 การออกแบบ

แผนกออกแบบใช้แนวความคิด (Concept) หลักของแบรนด์ ในการออกแบบ โดยใช้ข้อมูลจากผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในปัจจุบัน ที่ชอบเปลี่ยนแปลงบ่อย จึงเพื่อ ไม่ชอบอะไรซ้ำๆ มาเป็นแนวความคิดหลัก ดังนั้นการออกแบบจึงต้องมีรูปแบบที่สามารถทำให้ปรับเปลี่ยนรูปแบบได้ เพื่อให้สินค้าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้มากที่สุด

4.3.2 การจัดซื้อวัตถุดิบ

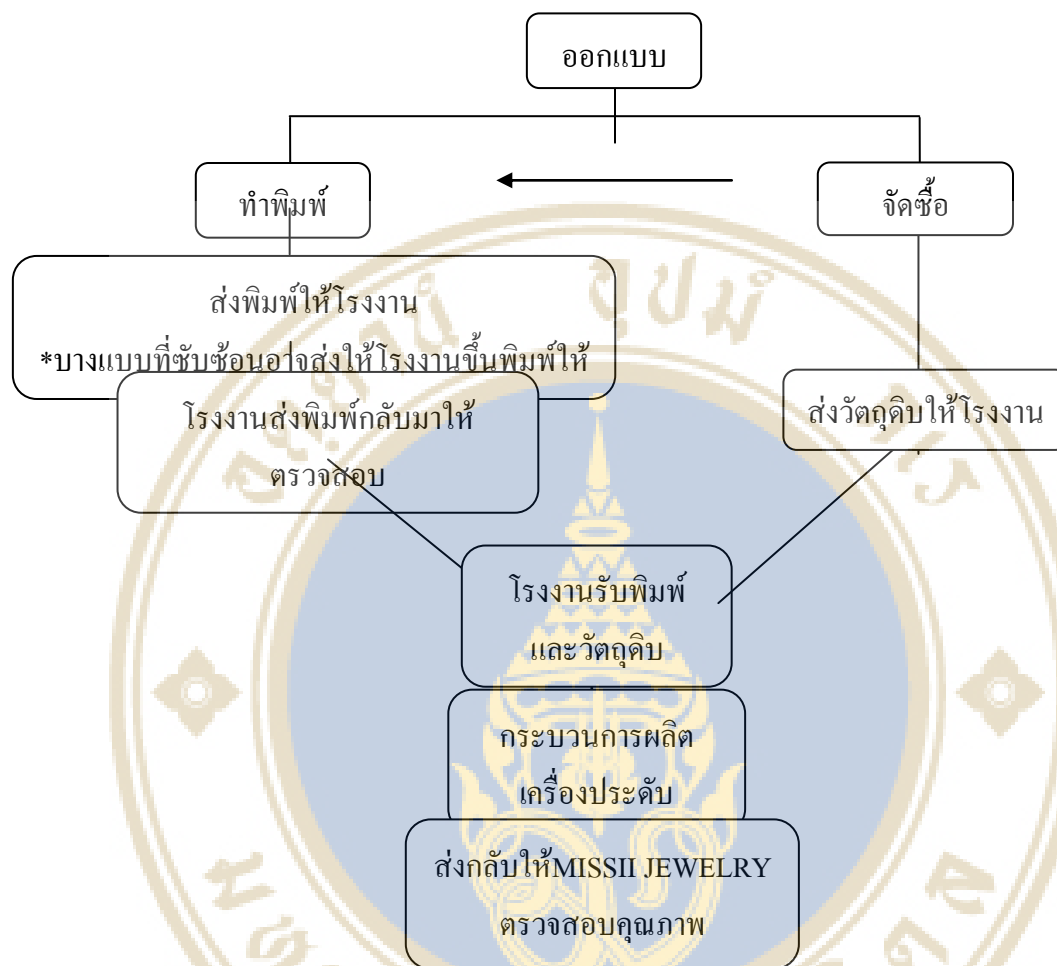
หลังจากได้รูปแบบที่จะผลิตแล้ว MISSII JEWELRY จะทำการคัดเลือกผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ซึ่งวัตถุดิบที่ต้องมีการจัดซื้อ ได้แก่ พลอยสีต่างๆ, CZ และส่วนประกอบอื่นๆของชิ้นงาน (ถ้ามี) ที่มีคุณภาพของสินค้าตามที่ต้องการและราคาเหมาะสม โดยเกณฑ์การคัดเลือกผู้จำหน่ายจะเลือกจากคุณภาพและราคาเป็นหลัก เมื่อสรุปรายการที่จะซื้อได้และคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายได้แล้ว จะมีการนำใบรายการสั่งซื้อเพื่อรอการอนุมัติเงินจากแผนกการเงิน จากนั้นจึงทำการสั่งซื้อ เมื่อได้สินค้าที่ต้องการแล้วจะทำการส่งให้กับโรงงานให้ทันกับเวลาที่แม่พิมพ์เสร็จเรียบร้อย เพื่อป้องกันกระบวนการผลิตที่ล่าช้า

4.3.3 การผลิต

การทำพิมพ์ - หลังจากได้รูปแบบที่ต้องการแล้ว จะมีการขึ้นพิมพ์จากแบบร่าง ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดสำหรับการผลิตเครื่องประดับ เนื่องจากการทำพิมพ์นั้น ถือได้ว่าเป็นต้นแบบของการผลิตเครื่องประดับชิ้นต่อไป ดังนั้นจึงต้องมีการตรวจสอบพิมพ์จนแน่ใจว่ามีความสมบูรณ์พร้อมที่จะนำไปผลิตเป็นชิ้นงานเครื่องประดับได้ แล้วจึงจัดส่งต่อไปให้กับ โรงงานเพื่อดำเนินการผลิตต่อไป แต่ในกรณีที่เป็นแบบที่มีความซับซ้อนจะส่งให้กับโรงงานเป็นผู้ทำพิมพ์ แต่การตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนการผลิตจริง MISSII JEWELRY จะเป็นผู้ดำเนินการในขั้นนี้ซึ่งขั้นตอนการทำพิมพ์จะใช้เวลา 3 วัน

การผลิต - หลังจากที่ทำพิมพ์เสร็จ โรงงานจะส่งพิมพ์กลับมาให้ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแม่พิมพ์ก่อนเริ่มกระบวนการผลิตเครื่องประดับขั้นตอนในการผลิตเครื่องประดับจะผ่านขั้นตอนของการหล่อ ขัด แต่ง ผึง ขัดเงาและการชุบ ขั้นตอนนี้ใช้เวลา 7 วัน

การตรวจสอบคุณภาพ - เมื่อชิ้นงานเสร็จแล้ว ทางโรงงานจะส่งชิ้นงานให้ตรวจสอบคุณภาพ หากชิ้นงานมีข้อผิดพลาด หรือยังไม่สมบูรณ์จะส่งกลับไปให้ตรวจสอบแก้ไข ซ่อมแซมที่โรงงานจนกว่าจะสมบูรณ์และผ่านมาตรฐานของแบรนด์



ภาพที่ 10 แสดงกระบวนการผลิต

การส่งสินค้าเข้าคลังสินค้า

เมื่อชิ้นงานผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว จะถูกนำมาเก็บไว้ในบัญชีโดยเก็บเป็นข้อมูลที่ถูกตั้งเป็นรหัสสินค้า เพื่อเก็บไว้ในคลังสินค้า เพื่อนำไปจำหน่ายต่อไป โดยข้อมูลในระบบจะถูกนำไปใช้ในการวางแผนการผลิตต่อไป

4.4 รายละเอียดธุรกิจ

4.4.1 กระบวนการดำเนินงาน

• กระบวนการผลิต

กระบวนการผลิตเครื่องประดับของ MISSII JEWELRY จะจ้างให้โรงหล่อวีนาร์ ซึ่งเป็นธุรกิจเดิมของครอบครัวมาเป็นผู้ดำเนินการผลิตทำให้ลูกค้าสามารถมั่นใจในเรื่องของความละเอียดอ่อน ประณีต คุณภาพของสินค้าตรงตามมาตรฐาน เนื่องจากมีทีมช่างผู้ผลิตที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตกว่า 20 ปี

• กระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบและตรวจสอบคุณภาพ

MISSII JEWELRY จะมีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนนำไปใช้ในการผลิต และมีการตรวจสอบสินค้าหลังการผลิต โดยทั้งวัตถุดิบและสินค้าจะต้องอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่ทางแบรนด์ได้กำหนดไว้ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าทุกชิ้นของ MISSII JEWELRY มีมาตรฐานในระดับที่เท่ากัน

• กระบวนการบริหารจัดการ

กระบวนการบริหารจัดการของ MISSII JEWELRY จะอยู่ภายใต้การควบคุมของผู้จัดการแบรนด์ MISSII JEWELRY ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 3 แผนก คือ

1. แผนกออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

- สำรวจเทรนด์เครื่องประดับและรวบรวมความคิดและแรงบันดาลใจเพื่อนำมาร่างออกแบบผลิตภัณฑ์
- นำภาพร่างที่ผ่านการพิจารณาและแก้ไขแล้วมาสร้างแบบ (Prototype Pattern)
- พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

2. แผนกการขายและการตลาด

- นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้จากแผนกออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจของลูกค้า
- กำหนดและรับผิดชอบงานวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด
- ประเมินการยอดขายผลิตภัณฑ์ในแต่ละปี
- เปิดตัวแบรนด์ผ่านทางงานแสดงสินค้า หรือ Flea market เพื่อสร้างความรู้จักในกลุ่มผู้บริโภค
- ประสานงานกับลูกค้าและดำเนินการขายผลิตภัณฑ์

1. แผนการเงิน

- รับผิดชอบงานด้านบัญชีและการเงิน
- จัดทำงบการเงิน ประกอบด้วย งบแสดงฐานะทางการเงิน งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสด
- จัดทำรายงานผลประกอบการของธุรกิจประจำปี

• กระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบและตรวจสอบคุณภาพ

MISSII JEWELRY จะมีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพทั้งวัตถุดิบและสินค้า ทั้งก่อนและหลังการผลิต เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้ามีคุณภาพตรงตามที่แบรนด์ได้กำหนดไว้

4.4.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับแนวทางในการวางช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น MISSII JEWELRY ได้วางช่องทางการจัดจำหน่ายไว้ 2 รูปแบบ คือ

1. แบบ Online โดยช่องทางที่ทางแบรนด์ได้วางไว้ คือ ทาง Website, Facebook, Instagram เพราะเป็นช่องทางที่เหมาะสมตรงกับกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์ นั่นคือ กลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน เนื่องจากเป็นเครื่องประดับที่มีรูปแบบแตกต่างจากเครื่องประดับทั่วไป ดังนั้นจึงต้องจัดทำวิดีโอนำเสนอหมุนเปลี่ยนหัว เพื่อเป็นสื่อในการแสดงถึงวิธีการใช้ให้ลูกค้าได้รับรู้เกี่ยวกับสินค้าและเพิ่มความสนใจในตัวสินค้าของ MISSII JEWELRY

2. แบบ Offline โดยช่องทางที่ทางแบรนด์ได้วางไว้คือ

2.1 หน้าร้าน ที่ตึก Jewelry Trade Center (JTC) สีลม เนื่องจากเป็นศูนย์กลางธุรกิจอัญมณีเครื่องประดับและเป็นตึกที่รองรับการเจริญเติบโตของธุรกิจอัญมณีแห่งประเทศไทย ด้วยพื้นที่ใช้สอยกว่า 180,000 ตารางเมตร มีผู้ประกอบการกว่า 500 บริษัท ซึ่งเป็นช่องทางที่ทางแบรนด์จะสามารถใช้โอกาสนี้ ในการสร้างการยอมรับจากลูกค้า ทั้งฐานลูกค้าเก่าและลูกค้ารายใหม่ โดยการทำตลาดทางหน้าร้านจะมีการจัด Display เกี่ยวกับความเชื่อเรื่องสี รวมทั้งวิดีโอนำเสนอหมุนเปลี่ยนหัว เพื่อดึงดูดลูกค้าให้หันมาสนใจสินค้าของ MISSII JEWELRY มากขึ้น

2.2 Flea Market เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่กำลังเป็นที่นิยมของร้านค้าในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้โดยตรง และสามารถนำเสนอสินค้าให้กับลูกค้าได้ทันที อีกทั้ง

สามารถรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อมาปรับปรุงพัฒนาตัวสินค้า ทางแบรนด์จึงจะใช้ช่องทางนี้ในการเปิดตัวแบรนด์ผ่านทางการออกงาน เพื่อเป็นการสร้างความรู้จักในกลุ่มลูกค้าให้มากขึ้น โดยจะให้ส่วนลด และเชิญโหราศาสตร์มาให้ความรู้แก่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาสนใจสินค้าของ MISSII JEWELRY มากขึ้น โดยทางแบรนด์ MISSII JEWELRY จะออกบูธทุกเดือน เดือนละ 1 ครั้ง

4.5 คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าและบริการ

สิ่งที่ลูกค้าจะได้รับจาก MISSII JEWELRY คือ

- **Value for Money** : ลูกค้าจะได้รับสินค้าที่คุ้มค่าเหมาะสมกับราคา
- **Quality of Product** : ผลิตด้วยช่างที่มีฝีมือ ทำให้ลูกค้าได้รับชิ้นงานที่มีความละเอียดอ่อนและมีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน
- **Service Mind** : ลูกค้าได้รับสินค้าตรงเวลา มีการบริการหลังการขายมีการรับประกันสินค้า รวมถึงให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและสิ่งที่ถูกโฉลกและเสริมสิริมงคลทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นและไว้วางใจในแบรนด์สินค้า
- **ความพึงพอใจและสบายใจ (ตามความเชื่อ)** : ลูกค้าได้รับสินค้าตามความต้องการและตอบโจทย์ในเรื่องการเสริมโชคชะตา ทำให้ลูกค้าเกิดความสบายใจเมื่อสวมใส่เครื่องประดับ

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ

5.1 บทสรุปธุรกิจ

MISSII JEWELRY เป็นธุรกิจเพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับสินค้าที่เป็นเครื่องประดับเงินแท้ (925) ประดับด้วยอัญมณีแท้ หรือ อัญมณีเทียม เช่น CZ โดยผ่านการนำความเชื่อเรื่องสี มาเป็นจุดเด่น เพื่อจัดจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง ผ่านหน้าร้านและช่องทางออนไลน์ ซึ่งธุรกิจนี้เกิดจากการที่ผู้ประกอบการมองเห็นโอกาสไม่ว่าจะเป็น การใช้จุดแข็งจากธุรกิจเดิมโดยว่าจ้างให้มาเป็นพันธมิตรในเรื่องของการผลิตเครื่องประดับ จากการมองเห็นโอกาสจากตลาดเครื่องประดับที่มีการเติบโตและมีมูลค่าสูงเหมาะแก่การเข้ามาลงทุน และพฤติกรรมของผู้บริโภคของผู้หญิงวัยทำงานในปัจจุบันที่เปลี่ยนไป จึงเป็นสาเหตุให้เกิดธุรกิจใหม่ โดยใช้โอกาสจากฐานธุรกิจเดิมในการผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับ ซึ่งมุ่งเน้นการผลิตและจำหน่ายสินค้าให้ตรงความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความแตกต่างจากแบรนด์เครื่องประดับที่มีอยู่เดิม จากการใช้รูปแบบของแหวนให้สามารถถอดหัวเปลี่ยนได้ตามสไตล์การแต่งตัวของผู้บริโภคในแต่ละวันด้วยแหวนวงเดียว ซึ่งสามารถตอบโจทย์สาวจี๋เปื้อน ไม่ชอบอะไรซ้ำๆ นอกจากนี้ MISSII JEWELRY ยังนำความเชื่อเรื่องพลอยสีเข้ามาประยุกต์ใช้กับเครื่องประดับ เนื่องจากความเชื่อเป็นสิ่งที่ทุกคนมีอยู่แล้ว และเปลี่ยนแปลงได้ยาก หากนำความเชื่อมาเชื่อมโยงกับเครื่องประดับก็จะดึงดูดให้คนสนใจมากยิ่งขึ้น โดยจากเดิมที่มีโรงงานผลิตเป็นของตัวเอง อีกทั้งยังมีสต็อกพลอยแท้ของทางโรงงานเป็นจำนวนมาก หลากหลายสีและชนิดที่ไม่ได้ใช้ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับเครื่องประดับได้ จึงเป็นการควบคุมต้นทุนให้ต่ำ และสามารถสร้างกำไรให้สูงขึ้นได้

5.2 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ

การสร้างแบรนด์เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการที่จะช่วยกระตุ้นความต้องการของลูกค้า และสามารถเพิ่มมูลค่าของเครื่องประดับได้ ซึ่งธุรกิจจะต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง หากธุรกิจเครื่องประดับแหวนเปลี่ยนหัวเสริมโชค “MISSII JEWELRY” สามารถสร้างการจดจำ หรือการรับรู้ในผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าของบริษัท (Brand awareness) โดยมีการทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาให้แบรนด์เป็นที่รับรู้และจดจำตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ดีไซน์ของสินค้ามีเอกลักษณ์ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด รวมถึงการทำการตลาดในเรื่องของความเชื่อให้มากขึ้น เพื่อให้แบรนด์เป็นที่รู้จักในวงกว้าง อีกทั้งสามารถเพิ่มฐานลูกค้าให้มากขึ้นได้ด้วย โดยธุรกิจอาจจะต้องมีการใช้เงินลงทุนในการทำการตลาดให้มากขึ้น ก็จะช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขายให้มากขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นเรื่องของการใช้แหล่งข้อมูลการตลาดที่ทันสมัย การมีกิจกรรมการตลาดที่ครอบคลุมกลุ่มลูกค้า ในบางครั้งอาจต้องมีการปรับเปลี่ยนสินค้าให้ตรงแนวโน้มความนิยมของลูกค้าในตอนนี้ แต่ยังคงแนวความคิดหลักของทางแบรนด์ที่เป็นเรื่องความเชื่อไว้ โดยอาจใช้ความเชื่อเรื่องอื่นเข้ามา นอกจากความเชื่อเรื่องสี เช่น ความเชื่อเรื่องตัวเลข เนื่องจากความเชื่อเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก อีกทั้งเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับสังคมไทย ดังนั้นหากนำมาใช้เป็นจุดเด่นของแบรนด์ในเรื่องของการออกแบบที่สามารถผลิตสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของคนกลุ่มนี้ได้ การทำการตลาดที่สามารถกระตุ้นการรับรู้ในตัวสินค้า ก็จะสามารถมีโอกาที่จะเจาะในตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ได้ อีกทั้ง MISSII JEWELRY มุ่งเน้นการสร้างแตกต่างในตัวสินค้าจากคู่แข่งในตลาด โดยการใช้นวัตกรรมรูปแบบแหวนเปลี่ยนหัว มาประยุกต์เข้ากับความเชื่อเรื่องพลอยสี โดยการดีไซน์ที่ใช้รูปแบบของดอกไม้ เพื่อเป็นตัวแทนของผู้หญิงที่แตกต่างกันในแต่ละมุมมองและความชอบ ซึ่งในตลาดเครื่องประดับนั้นพบว่าคู่แข่งยังไม่มีมีการออกแบบและนำเสนอด้วยรูปแบบดังกล่าว หากธุรกิจสามารถรักษาทั้งเรื่องของคุณภาพของสินค้า มาตรฐานของแบรนด์ รวมถึงการรักษาฐานลูกค้าทั้งรายเก่าและรายใหม่ ก็จะทำให้ธุรกิจสามารถเติบโต สร้างกำไร และความพอใจแก่ลูกค้า และเกิดความยั่งยืนต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน [เข้าถึงได้จาก] www.dsd.go.th

ข้อมูลเรื่องเครื่องประดับและแฟชั่น สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

[เข้าถึงได้จาก] www.ioe.go.th

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยปีที่ 30 ฉบับที่ 1

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำนักงาน สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

[เข้าถึงได้จาก] http://www.ops.moc.go.th/more_news.php?cid=8

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

[เข้าถึงได้จาก] www.git.or.th

สถิติและพฤติกรรมการใช้งาน Social Network [เข้าถึงได้จาก] www.zocialinc.com

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม [เข้าถึงได้จาก] www.sme.or.th

Fluke jewelry [เข้าถึงได้จาก] <https://th-th.facebook.com/flukejewelry>

และ Instagram : flukejewelry

Lucky me jewelry [เข้าถึงได้จาก] <https://th-th.facebook.com/LuckyMeJewelry>

Richy star [เข้าถึงได้จาก] www.richystar.com, <https://th-th.facebook.com/richystarshop>

และ Instagram : Richystarshop



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเรื่องทัศนคติในการซื้อและสวมใส่เครื่องประดับ

ตอนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ ชาย

 ☐ หญิง

2. อายุของท่าน.....ปี

3. ท่านจบการศึกษาสูงสุด

☐ มัธยมศึกษา / เทียบเท่า

 ☐ ปริญญาตรี

 ☐ ปริญญาโท

 ☐ ปริญญาเอก

4. สถานภาพ

☐ โสด

 ☐ สมรส

 ☐ หม้าย

 ☐ หย่าร้าง

 ☐ แยกกันอยู่

5. อาชีพหลักของท่าน

☐ นักเรียน / นักศึกษา☐ ธุรกิจส่วนตัว☐ พนักงานบริษัทเอกชน☐ รับราชการ☐ อาชีพอิสระ☐ อื่น ๆ (ระบุ).....

6. รายได้ต่อเดือน

☐ ต่ำกว่า 15,000 บาท☐ ระหว่าง 15,001 - 30,000 บาท☐ ระหว่าง 30,001 - 45,000 บาท☐ ระหว่าง 45,001 - 60,000 บาท☐ มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการสวมใส่เครื่องประดับ

2.1 ท่านสวมใส่เครื่องประดับเป็นประจำหรือไม่ (เครื่องประดับเช่น แหวน สร้อย ต่างหู กำไล ฯลฯ)

- () ใช่ () ไม่ใช่ (ข้ามไปข้อ 2.3)

2.2 เครื่องประดับประเภทใดที่ท่านสวมใส่เป็นประจำ

- () เครื่องประดับแท้ (ทำจากวัสดุมีคุณค่า เช่น ทองคำ เพชร พลอยเนื้อแข็ง)
() เครื่องประดับแฟชั่น (ทำจากวัสดุเช่น เงิน ทองเหลือง อัดลอย สแตนเลส พลาสติก คริสตัล

พลอยเทียม)

2.3 ท่านซื้อเครื่องประดับสำหรับใครและเพื่อวัตถุประสงค์ใดมากที่สุด

- () สำหรับใส่เองในชีวิตประจำวัน เช่น ใส่ไปเรียน / ไปทำงาน
() สำหรับใส่เองเมื่อไปเที่ยว ซื้อมีปิ้ง ปาร์ตี้ พบปะสังสรรค์ เทียวกลางคืน งานไม่เป็นทางการ
() สำหรับใส่เองเมื่อไปงานที่เป็นทางการ เช่น งานแต่งงาน กินเลี้ยงกับผู้ใหญ่ ฯลฯ
() ของขวัญสำหรับผู้อื่นในโอกาสพิเศษ เช่น แสดงความยินดี วันเกิด วันครบรอบ วาเลนไทน์ ฯลฯ

2.4 ท่านเลือกซื้อเครื่องประดับจากร้านค้าแบบใด บ่อยที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อเท่านั้น)

- () ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของร้านค้า
() ความแตกต่างของสินค้าที่ไม่เหมือนใคร
() บริการรับสั่งทำตามความต้องการของลูกค้า
() สินค้ามีคุณภาพ งานฝีมือประณีต
() มีการรับประกันจากร้านค้าหรือสถาบันอัญมณีที่มีชื่อเสียง
() จากการแนะนำของพนักงานขาย

2.5 ปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อท่านในการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ตัวท่านเอง () เพื่อน
() ครอบครัว () นิติสารแฟชั่น
() เห็นในโทรทัศน์ () เห็นคนอื่นสวมใส่ () อื่น ๆ (ระบุ).....

2.6 เครื่องประดับใดที่ท่านซื้อบ่อย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () แหวน () ต่างหู
() สร้อยคอ () สร้อยข้อมือ
() กำไล () ไม่ซื้อ / ไม่ใส่ () อื่น ๆ (ระบุ).....

2.7 โดยเฉลี่ย ท่านซื้อเครื่องประดับบ่อยแค่ไหน

() รายสัปดาห์ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง

() รายสัปดาห์ มากกว่า 2-3 ครั้ง

() รายเดือน เดือนละ 1 ครั้ง

() รายเดือน มากกว่า 2-3 ครั้ง

() รายปี ปีละ 1 ครั้ง

() รายปี มากกว่า 2-3 ครั้ง

() อื่น ๆ (ระบุ).....

2.8 ในการซื้อแต่ละครั้งท่านซื้อเครื่องประดับประมาณกี่ชิ้น

() 1 ชิ้น

() 2-3 ชิ้น

() 4-5 ชิ้น

() มากกว่า 5 ชิ้น

2.9 เครื่องประดับที่ท่านซื้อ อยู่ในช่วงราคาใด (ราคาต่อชิ้นโดยเฉลี่ย)

() ต่ำกว่า 100 บาทต่อชิ้น

() 101 - 500 บาทต่อชิ้น

() 501 - 1,000 บาทต่อชิ้น

() 1,001 - 5,000 บาทต่อชิ้น

() 5,001 - 10,000 บาทต่อชิ้น

() สูงกว่า 10,000 บาทต่อชิ้น

2.10 ช่องทางใดที่ท่านสะดวกในการซื้อเครื่องประดับ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() ในห้างสรรพสินค้าเช่น Pop up store,เคาเตอร์เครื่องประดับ

() ร้านแบรนด์เครื่องประดับ หรือสินค้าแฟชั่นอื่นๆ

() ตลาด/ซอปปิงมอลล์ เช่น โบนนซ์ ภูเก็ต มอลล์ แพลตตินัม

() ตลาด เช่น ตลาดนัดใกล้ที่ทำงาน หรือมหาวิทยาลัย , จตุจักร

() ร้านค้าออนไลน์เช่น Web site, Facebook , Instagram

() อื่น ๆ (ระบุ).....

2.11 ท่านเลือกซื้อเครื่องประดับจากการให้ส่วนลดแบบใด บ่อยที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อเท่านั้น)

() คูโปส่วนลด 10 - 30 เปอร์เซ็นต์

() บัตรแทนเงินสด

() สามารถต่อรองราคาได้ ณ จุดขาย

() มีโปรแกรมการผ่อนชำระ

() ซื้อในช่วงลดราคา แจกของสมนาคุณ

() ซื้อในปริมาณมากราคาจะได้ถูกลง

2.12 ท่านให้ความสำคัญอย่างไรกับปัจจัยต่อไปนี้

	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยมาก (1)
ด้านผลิตภัณฑ์(Product)					
1. แบนด์					
2. วัสดุที่ใช้ทำต้องเป็นวัสดุมีค่า					
3. คุณภาพของสินค้า					
4. การออกแบบ (ดีไซน์)					
5. ความแตกต่างและโดดเด่นของ สินค้าที่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง					
6. สินค้าแต่ละชิ้นมีข้อมูลเพื่อแสดง รายละเอียด เช่น วัสดุที่ใช้ น้ำหนัก สินค้า ฯลฯ					
7. รูปแบบบรรจุภัณฑ์					
ด้านราคา (Price)					
8. ราคาเหมาะกับคุณภาพสินค้า					
9.รูปแบบการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น ชำระด้วยเงินสด,ผ่านบัตร เครดิต,โอนเงินผ่านธนาคาร,Paypal ฯลฯ					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place)					
10. มีช่องทางที่หลากหลาย					
11. การจำหน่ายทางออนไลน์ เช่น Web site , FB , IG					
12. มีหน้าร้านเป็นของตัวเอง					

	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยมาก (1)
12. มีหน้าร้านเป็นของตัวเอง					
13. ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าการเดินทางสะดวกเช่นใกล้สถานีรถไฟฟ้า					
14. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีและมีมาตรฐาน เช่น มีกล้องวงจรปิด มี รปภ.เป็นต้น					
15. มีบริการรับ – ส่งสินค้า					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
16. การบริการหลังการขาย เช่น รับประกันซ่อมและหุบเป็นเวลา 1 ปี ฯลฯ					
17. การลดราคา					
18. โปรโมชันตามเทศกาล เช่น ลด แลก แจก แถม หรือส่งเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ เป็นต้น					
19. การจัดทำแคตตาล็อกสินค้าเพื่อสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าให้แก่ลูกค้า					
20. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์การขายอย่างต่อเนื่อง					
21. มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับสินค้าฟรี					
ด้านอื่นๆ					
22. ความน่าเชื่อถือของผู้ขาย					

	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อยมาก (1)
23. อรรถาธิบายของผู้ขาย					
24. พนักงานขายสามารถให้คำแนะนำและบริการในสินค้าได้					
25. การจัดวาง/ภาพถ่ายสินค้าน่าสนใจ					

ส่วนที่ 3 : ความคิดเห็นสำหรับเครื่องประดับแหวนเปลี่ยนหัวเสริมโชค

คำอธิบาย : แหวนเปลี่ยนหัวเสริมโชค

แหวนเปลี่ยนหัวเป็นเครื่องประดับแฟชั่น (Fashion Jewelry) ที่ใช้วัสดุที่เป็นตัวเรือนเงินแท้ 925 และพลอยสีแท้และเทียม ที่เน้นการดีไซน์ที่มีความแตกต่างด้วยการนำเอาวัฒนธรรมการเปลี่ยนหัวมาประยุกต์เข้ากับเครื่องพลอยสี ซึ่งจะถูกถ่ายทอดออกมาผ่านทางหัวแหวนที่เป็นรูปดอกไม้ 4 ดอกด้วยกัน คือ ดอกกุหลาบ ดอกกลีบลี ดอกคาร์เนชั่น และดอกไอริส ซึ่งดอกไม้เหล่านี้จะใช้เพื่อเป็นตัวแทนของผู้หญิงแต่ละยุค

3.1 ท่านเคยเห็นสินค้านี้มาก่อนหรือไม่

() เคย () ไม่เคย

3.2 จากข้อมูลสินค้าข้างต้น ท่านสนใจสินค้านี้หรือไม่

() สนใจ () ไม่สนใจ(ข้ามไปข้อ 3.4)

3.3 ท่านสนใจสินค้านี้ด้วยเหตุผลใด

() ดีไซน์แหวนเปลี่ยนหัว

() การนำพลอยสีมาเชื่อมโยงกับความเชื่อในการเสริมโชคด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการทำงาน ความรัก ความร่ำรวย ฯลฯ

() ทั้งดีไซน์แหวนเปลี่ยนหัวและการนำพลอยสีมาเชื่อมโยงกับความเชื่อในการเสริมโชคด้านต่างๆ

() อื่นๆระบุ.....

3.4 ท่านคิดว่าสัพพลอยในเครื่องประดับมีผลกับการเสริมโชคไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการงาน ความรัก ความร่ำรวย ฯลฯ หรือไม่

() มีผล () ไม่มีผล () อื่นๆระบุ.....

3.5 ท่านสนใจซื้อสินค้านี้ดังกล่าวก่อนหรือไม่

() ซื้อ () ไม่ซื้อ

3.6 ท่านคิดว่าสินค้านี้ดังกล่าวกวามีราคาประมาณเท่าใด

โปรดระบุราคา.....บาท



ภาคผนวก ข

ผลแบบสอบถาม

MISSII JEWELRY ได้ทำการสำรวจการเลือกซื้อและสวมใส่เครื่องประดับ รวมถึงความสนใจในเครื่องประดับของ MISSII JEWELRY โดยทำแบบสอบถามเรื่องทัศนคติในการซื้อและสวมใส่เครื่องประดับ ในกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 100 คน ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ซึ่งหัวข้อในแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน โดยส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นพฤติกรรมการเลือกซื้อและสวมใส่เครื่องประดับ และส่วนที่ 3 เป็นความคิดเห็นสำหรับเครื่องประดับแหวนเปลี่ยนหัวเสริมโชค โดยกลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 22-45 ปี สถานะภาพโสด 55 คน สมรสแล้ว 23 คนและเป็นหม้าย 1 คน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท 68 คน ทำธุรกิจส่วนตัว 23 คน เป็นนักศึกษา และรับราชการอย่างละ 1 คน รายได้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมามีรายได้ระหว่าง 30,001 - 45,000 บาทต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 21 รายได้ระหว่าง 45,0001-60,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 18 รายได้มากกว่า 60,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16 และรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

จากผลสำรวจในส่วนที่ 2 ซึ่งก็คือพฤติกรรมการเลือกซื้อและสวมใส่เครื่องประดับสรุปได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงพฤติกรรมการเลือกซื้อและสวมใส่เครื่องประดับ

พฤติกรรมการเลือกซื้อและสวมใส่เครื่องประดับ	ร้อยละ
1. ความถี่ในการสวมใส่เครื่องประดับ • บ่อย • ไม่บ่อย	 77 23
2. ประเภทของเครื่องประดับที่สวมใส่เป็นประจำ • เครื่องประดับแฟชั่น (ทำจากวัสดุ เช่น เงิน ทองเหลือง อัดลอย สแตนเลส พลาสติก คริสตัล พลอยเทียม)	64

• เครื่องประดับแท้ (ทำจากวัสดุมีคุณค่า เช่น ทองคำ เพชร พลอยเนื้อแข็ง)	36
3. วัตถุประสงค์ในการซื้อเครื่องประดับ • สำหรับใส่เองในชีวิตประจำวัน เช่น ใส่ไปเรียน / ไปทำงาน 54 • สำหรับใส่เองเมื่อไปเที่ยว ซื้อมีปิ้ง ปาร์ตี้ พบปะสังสรรค์ เทียบกลางคืน 25 - งานไม่เป็นทางการ • ใส่เองเมื่อไปงานที่เป็นทางการ เช่น งานแต่งงาน กินเลี้ยงกับผู้ใหญ่ เป็น 9 - ต้น • ซื้อเป็นของขวัญให้ผู้อื่นในโอกาสพิเศษ เช่น แสดงความยินดี วันเกิด วัน 12 - ครบรอบ วาเลนไทน์ ฯลฯ	
4. ลักษณะของร้านค้าที่นิยมเลือกซื้อเครื่องประดับ • ความแตกต่างของสินค้าที่ไม่เหมือนใคร 52 • สินค้ามีคุณภาพ งานฝีมือประณีต 23 • ความน่าเชื่อถือของร้านค้า 18 • มีการรับประกันจากร้านค้าหรือสถาบันอัญมณีที่มีชื่อเสียง 7	
5. อิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับ • ตัวเอง 43 • ความเชื่อ 25 • นิติศาสตร์แฟชั่น 12 • เพื่อน 8 • ครอบครัว 6 • เห็นคนอื่นสวมใส่ 4 • เห็นในโทรทัศน์ 2	
6. ชนิดของเครื่องประดับที่ซื้อบ่อยที่สุด • ต่างหู 32 • แหวน 30 • สร้อยคอ 18 • สร้อยข้อมือ 12 • กำไล 8	

7. ความบ่อยในการซื้อเครื่องประดับ • มากกว่า 2-3 ครั้งต่อปี • เดือนละ 1 ครั้ง • มากกว่า 2-3 ครั้งต่อเดือน • สัปดาห์ละ 1 ครั้ง • ปีละ 1 ครั้ง • สองเดือนต่อ 1 ครั้ง	25 24 20 13 13 5
8. จำนวนชิ้นในการซื้อเครื่องประดับในแต่ละครั้ง • 2-3 ชิ้น • 1 ชิ้น • 4-5 ชิ้น • มากกว่า 5 ชิ้น	47 39 8 6
9. ระดับราคาที่ซื้อเครื่องประดับ • 501-1,000 บาทต่อชิ้น • 101-500 บาทต่อชิ้น • 1,001 - 5,000 บาทต่อชิ้น • 5,001 - 10,000 บาทต่อชิ้น • สูงกว่า 10,000 บาทต่อชิ้น • ต่ำกว่า 100 บาทต่อชิ้น	44 22 14 9 6 5
10. ช่องทางที่สะดวกในการซื้อเครื่องประดับ • ห้างสรรพสินค้าเช่น Pop up store, เคาเตอร์เครื่องประดับ ฯลฯ • ร้านค้าออนไลน์เช่น Web site, Facebook, Instagram ฯลฯ • ร้านแบรนด์เครื่องประดับ หรือสินค้าแฟชั่นอื่นๆ	68 30 2
11. กลยุทธ์การให้ส่วนลดจากร้านค้าที่น่าสนใจที่สุด • สามารถต่อรองราคาได้ ณ จุดขาย • ซื้อในช่วงลดราคา หรือแจกของสมนาคุณ • คูปองส่วนลด 10 - 30 เปอร์เซ็นต์ • มีโปรแกรมการผ่อนชำระ	38 22 17 15

• ชื่อในปริมาณมากราคาจะได้ถูกลง	6
• บัตรแทนเงินสด	2

สำหรับความสำคัญกับปัจจัยทางด้าน 4P อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงปัจจัยที่สำคัญทางด้าน 4P

ปัจจัยทางด้าน 4P	ระดับความสำคัญ	
	สำคัญมากที่สุด	สำคัญรองลงมา
ผลิตภัณฑ์ (Product)	• ความแตกต่างและโดดเด่นของสินค้าที่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง • การออกแบบ • คุณภาพของสินค้า	• รูปแบบบรรจุภัณฑ์ • การใช้วัสดุมีค่า • การแสดงข้อมูลรายละเอียดของสินค้า • แปรนด์
ราคา (Price)	• ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	• รูปแบบการชำระเงินที่หลากหลาย
ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	• มีช่องทางที่หลากหลาย • มีหน้าร้านเป็นของตัวเอง • มีบริการรับ – ส่งสินค้า	• การจำหน่ายทางออนไลน์ • ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า • การเดินทางสะดวก
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	• การบริการหลังการขาย • การลดราคา • โปรโมชันตามเทศกาล • โฆษณาประชาสัมพันธ์การขายอย่างต่อเนื่อง	• การจัดทำแคตตาล็อกสินค้าเพื่อสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าให้แก่ลูกค้า • มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับสินค้าฟรี

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญกับพนักงานขายที่ต้องมีความน่าเชื่อถือ อรรถาศัยดี สามารถให้คำแนะนำและคำปรึกษาในสินค้าได้

สำหรับผลสำรวจในส่วนที่ 3 ซึ่งก็คือ ความคิดเห็นสำหรับเครื่องประดับแหวนเปลี่ยนหัวเสริมโชค โดยเมื่อนำสินค้าตัวอย่างของ MISSII JEWELRY อันได้แก่แหวนเปลี่ยนหัวเสริมโชคมาให้กลุ่มตัวอย่างได้ลองสวมใส่และทดลองการเปลี่ยนหัวแหวน จากนั้นจึงสอบถามถึงความคิดเห็นในตัวสินค้า ซึ่งสรุปได้ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงความคิดเห็นสำหรับเครื่องประดับแหวนเปลี่ยนหัวเสริมโชค

ความคิดเห็นสำหรับเครื่องประดับแหวนเปลี่ยนหัวเสริมโชค	ร้อยละ
1. เคยเห็นสินค้านี้รูปแบบแหวนเปลี่ยนหัวมาก่อน	
• เคย	85
• ไม่เคย	15
2. ความสนใจในแหวนเปลี่ยนหัวเสริมโชค	
• สนใจ	81
• ไม่สนใจ	19
3. เหตุผลที่สนใจแหวนเปลี่ยนหัวเสริมโชค	
• ดีไซน์แหวนเปลี่ยนหัว	18
• การนำพลอยสีมาเชื่อมโยงกับความเชื่อในการเสริมโชคด้านต่างๆ	19
• ดีไซน์แหวนเปลี่ยนหัวและการนำพลอยสีมาเชื่อมโยงกับความเชื่อในการเสริมโชคด้านต่างๆ	63
4. คิดว่าพลอยสีมีผลหรือไม่กับการเสริมโชคในด้านต่างๆ	
• มีผลกับการเสริมโชค	74
• ไม่มีผลกับการเสริมโชค	26
5. ความสนใจซื้อแหวนเปลี่ยนหัวเสริมโชค	
• ซื้อ	77
• ไม่ซื้อ	23

สำหรับราคาในกลุ่มตัวอย่างให้มาจะอยู่ที่ช่วงราคา 800 - 5,000 บาท โดยช่วงราคาส่วนใหญ่จะอยู่ที่ 1,500 - 3,000 บาท และราคาที่ให้มากที่สุดคือ 2,000 บาท

จากการวิเคราะห์ผลสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมใส่เครื่องประดับโดยเฉพาะเครื่องประดับแฟชั่นเพื่อซื้อใส่เองในชีวิตประจำวัน ซึ่งเครื่องประดับที่นิยมซื้อคือแหวนและต่างหู โดยเน้นสินค้าที่มีความแตกต่างจากสินค้าที่มีอยู่ และต้องมีคุณภาพ มีความประณีตในงานฝีมือ โดยสิ่งที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับคือตนเองและความเชื่อ ช่องทางที่สะดวกในการซื้อเครื่องประดับคือห้างสรรพสินค้า เช่น Pop up store, เคา์เตอร์เครื่องประดับ และร้านค้าออนไลน์ต่างๆ สำหรับส่วนลดที่ต้องการคือสามารถต่อรองราคาได้ ณ จุดขาย และการจัดโปรโมชั่นลดราคา โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากในด้านของดีไซน์ ความแตกต่าง คุณภาพ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย การมีหน้าร้าน การบริการส่งสินค้า การบริการหลังการขาย การจัดโปรโมชั่นลด แลก แจก แถม และการบริการของพนักงานขาย เป็นต้น